

CATALOGO
CORSI DI FORMAZIONE
ANNO 2016-2017

OMNIA
GESTIONE RISORSE UMANE

Sommario

Area Risorse Umane.....	4
BUDGET E PIANIFICAZIONE DEL PERSONALE	4
LE RELAZIONI INDUSTRIALI.....	5
LA RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE.....	7
IMPLEMENTARE E GESTIRE LA FUNZIONE FORMAZIONE.....	9
PERSONNEL BASE LANGUAGE	11
COME IMPLEMENTARE UN SISTEMA INTEGRATO DI GESTIONE DELLE RISORSE UMANE.....	12
STRUMENTI PER LA VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE E LA GESTIONE DELLE RELAZIONI IN AZIENDA	16
MONITORARE LA PEOPLE SATISFACTION ATTRAVERSO L'ANALISI DEL CLIMA AZIENDALE.....	20
LA VALUTAZIONE DELLA PRESTAZIONE	22
LE POLITICHE RETRIBUTIVE: COMPENSATION & BENEFITS	24
MASTER SERALE IN GESTIONE RISORSE UMANE.....	26
MASTER BREVE IN AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE	29
PROGETTO CHIRONE.....	31
MASTER FORMAZIONE FORMATORI	31
Area Vendite, Marketing e Comunicazione	35
IL TELEFONO NELLA VENDITA	35
VENDITA E CONSULENZA AL CLIENTE	37
ORGANIZZARE UN EVENTO.....	39
COME POTENZIARE IL SISTEMA DI COMUNICAZIONE INTERNA.....	41
NETIQUETTE - IL GALATEO IN RETE	43
COMUNICARE PER ESSERE PERSUASIVI ED EFFICACI	44
COMUNICAZIONE COMMERCIALE PER IL MONDO WELLNESS	46
LA PIANIFICAZIONE COMMERCIALE NEL MONDO WELLNESS.....	47
CORSO DI COMUNICAZIONE COMMERCIALE.....	48
Area Sviluppo Capacità Manageriali	49
LA GESTIONE DELLE RIUNIONI	49
LA GESTIONE DEI GRUPPI DI LAVORO.....	51
LA PRESENTAZIONE EFFICACE	53
LA LEADERSHIP SITUAZIONALE E GLI STILI DI GUIDA.....	55

LA LEADERSHIP EFFICACE	57
LA DELEGA	59
NEGOZIARE CON SUCCESSO	60
GESTIRE COLLOQUI DI ORIENTAMENTO	62
COMUNICARE CON IL TEATRO	64
ALLA SCOPERTA DEL PROPRIO STILE PERSONALE	65
IL MANDALA - COLORIAMO IL NOSTRO UNIVERSO	67
Area Sviluppo Competenze Specialistiche	69
MOBBING, STRAINING, STALKING E MOLESTIE SESSUALI SUL LUOGO DI LAVORO: ASPETTI GIURIDICI UTILI ALLA PREVENZIONE E ALLA GESTIONE IN AMBITO AZIENDALE	69
FONDAMENTI DI PM	70
CORSO PER SEGRETARIE JUNIOR	72
MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITA' DI SEGRETERIA	74
OPERATORE DI CLINICA DENTARIA	78
GLI ULTIMI SVILUPPI E CONFERME SUL REGOLAMENTO EUROPEO PRIVACY	80
LE NUOVE FRONTIERE DELLA PRIVACY,	81
SISTEMA DI GESTIONE E NOVITA' EUROPEE	81
Area Amministrativa	83
RECUPERO CREDITI (ENTRY LEVEL)	83
Area Sicurezza sul lavoro	84
FORMAZIONE DEI LAVORATORI ART. 36 D.LGS 81/08	84
FORMAZIONE DEI PREPOSTI D. LGS 81/08	86
FORMAZIONE DEI DIRIGENTI PER LA SICUREZZA D.LGS. 81/08	87
FORMAZIONE ADDETTI SERVIZIO ANTINCENDIO	89
FORMAZIONE ADDETTI AL PRIMO SOCCORSO	91
FORMAZIONE RSPP RESPONSABILE SERVIZIO PREVENZIONE E PROTEZIONE - DATORE DI LAVORO	93
FORMAZIONE RLS - RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA	95
FORMAZIONE IN AMBITO ALIMENTARE HACCP	96
FORMAZIONE DEL PERSONALE AZIENDALE INCARICATO AL TRATTAMENTO DEI DATI SENSIBILI	97
FORMAZIONE SULLA RESPONSABILITA' AMMINISTRATIVA DELLE IMPRESE - LEGGE 231/2001 OBBLIGATORIA	98

Area Risorse Umane

BUDGET E PIANIFICAZIONE DEL PERSONALE

Compito principale della Direzione del Personale è assicurare nel tempo un adeguato flusso di operatori aziendali, pianificando la loro ottimale distribuzione ed utilizzazione tra le varie attività aziendali. Predisporre un corretto Budget del personale è il punto di partenza per raggiungere senza sprechi gli Obiettivi azienda.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso si pone l'obiettivo di fornire un modello di riferimento che faciliti la formulazione degli scenari evolutivi tattici e strategici che l'azienda si pone da un punto di vista quantitativo e qualitativo sul personale, passando attraverso l'analisi dei dati storici; parallelamente qualificare e quantificare l'impatto costistico dei piani formulati sulle politiche di bilancio aziendale nonché definire il budget del personale.

Destinatari

Il corso si rivolge a:

- Responsabili del personale di PMI
- Specialisti funzionali dell'area Personale (selezione, formazione, sviluppo, payroll)

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Il sistema informativo del personale
- Le 4 fasi della pianificazione del personale
- L'analisi dei dati storici
- La preparazione del Piano di Gestione Risorse Umane

Esercitazione

- Dalla retribuzione al costo del lavoro (costo orario: CLUT, CLUP, mensile, standard)
- Le componenti del costo del lavoro (esogene, endogene)
- La rilevazione del costo del lavoro
- La definizione del budget ed il controllo degli scostamenti

Esercitazione

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici, il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LE RELAZIONI INDUSTRIALI

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso ha come obiettivo quello di fornire una preparazione necessaria alla gestione e allo sviluppo delle relazioni industriali, approfondendo la normativa che regola il diritto sindacale in Italia, il sistema delle relazioni sindacali in azienda e la conoscenza delle rappresentanze sindacali.

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Risorse Umane, Responsabili di Stabilimento e di Unità Produttive. Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Definizione e "frame" di riferimento

- Gli attori
- I metodi e gli strumenti
- I luoghi

Il diritto del lavoro

- La questione sociale
- Le fonti del diritto del lavoro
- Il contratto di lavoro

Diritto sindacale e relazioni sindacali

- Dell'attività sindacale

Il Sindacato in azienda

- Diritti di organizzazione
- Diritti di partecipazione
- Diritti dei dirigenti sindacali
- Condotta sindacale

Il sistema delle relazioni sindacali

- Diritto all'informazione

Quali sono i poteri d'intervento della Rappresentanza Sindacale nella gestione del rapporto di lavoro

- Nella fase costitutiva del rapporto di lavoro
- Durante lo svolgimento dell'attività lavorativa
- Coinvolgimento in materia di sicurezza sul lavoro
- La partecipazione al contenzioso disciplinare

Attraverso quali azioni la RS interviene nella definizione delle politiche aziendali

- Quali poteri ha la RS in caso di mutamenti organizzativi
- Gestire le situazioni di crisi
- Mobilità e licenziamenti

La gestione del conflitto sindacale

- Le fonti e l'innescio
- Modi di essere del conflitto

Come condurre una trattativa sindacale efficiente

- Ma è un obbligo trattare?
- Individuare le strategie per una efficace gestione della trattativa
- La pianificazione della trattativa
- Le tecniche e gli strumenti utilizzati nella trattativa
- Il risultato negoziale

Come si attua il confronto sindacale in azienda e qual è il ruolo dei Negoziatori

- Quali sono i soggetti coinvolti: mandato al negoziatore
- Come si compone la Delegazione Sindacale: mandato, comunicazione aziendale negoziazione interna
- Gestire i comportamenti da adottare

Esercitazioni

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso mira a presentare in maniera approfondita l'intero processo di selezione del personale, partendo dall'analisi dei principi fondamentali e delle finalità di questa attività, passando attraverso le diverse fasi del processo e la illustrazione teorico-pratica degli strumenti e delle metodologie utilizzate, fino a giungere a focalizzare l'attenzione dei partecipanti sulla novità professionale rappresentata dalla possibilità di operare del recruitment tramite l'utilizzo degli strumenti legati alle nuove tecnologie (Internet, webcam, ecc.).

Destinatari

Il corso si rivolge a laureandi e neolaureati e a figure junior delle direzioni del personale che desiderano approfondire conoscenze e competenze sul tema trattato.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Il processo di selezione tradizionale e il processo di selezione on-line a confronto
- Le fasi del processo di selezione e reclutamento del personale:
 - *Definizione del job profile*
- analisi della posizione e dei bisogni in relazione al clima organizzativo (i vari tipi di "cultura" organizzativa) - individuazione delle caratteristiche della posizione e del ruolo da ricoprire
- determinazione delle conoscenze e competenze e delle caratteristiche comportamentali personali indispensabili per il ruolo ricercato
- individuazione e coinvolgimento dei soggetti interessati al processo di reclutamento e selezione
- descrizione del profilo del candidato ideale
- *Esercitazione*
 - role-playing: simulazione di un'intervista al Human Resources Manager e all'uomo di "Linea" dell'azienda cliente per la definizione del profilo da ricercare
 - stesura in gruppo di un job profile e brainstorming sul lavoro svolto
- *Ricerca, sperimentazione delle fonti e comunicazione al mercato del lavoro*
- Domande spontanee/Archivio
- Presentazione attraverso altri candidati
- Job posting
- Annunci in bacheche, negozi
- Stage
- Università e scuole
- Head Hunter
- Inserzione attraverso media (quotidiani, settimanali...)
- Internet: come costruire un annuncio di successo su Internet
- *Esercitazione*
 - costruzione e stesura di un annuncio di ricerca del personale su Internet a partire dal job profile precedentemente stilato
- *Pre-selezione e screening dei Curricula*
- L'interrogazione del data-base: il match-mail dei Curricula con il job profile
- Come leggere i Curricula e le lettere di presentazione tradizionali:
 - Il curriculum scolastico
 - Il curriculum lavorativo
 - Motivazioni lavorative
 - Interessi extralavorativi
 - Analisi della situazione familiare
 - Aspetti caratteriali
- I "format" delle società di ricerca e selezione on-line
- *Esercitazione*
- lettura e corretta catalogazione di diversi Curricula
- classificazione di diversi Curricula sulla base di un job profile
- *Screening telefonico delle candidature*

- *Esercitazione*
- role-playing: simulazione di interviste telefoniche per studiare le diverse fasi di questo particolare strumento di screening e le informazioni da trarre dal colloquio telefonico
- *Convocazione dei candidati*
- *Selezione delle candidature*
- Quale metodologia adottare per la valutazione dei candidati?
- I test: quali adottare (di intelligenza, di personalità, attitudinali...) e come usarli correttamente
- Le dinamiche di gruppo: quando ricorrervi e su quale tipologia di candidati
- Il colloquio individuale: l'intervista libera e l'intervista strutturata
- *L'intervista di selezione e le sue fasi*
- Preparazione
- Accoglienza e presentazione al candidato
- Conduzione e scelta dello stile migliore (amichevole, professionale, stress interview...)
- Chiusura
- Valutazione del candidato
- Errori da evitare durante l'intervista e durante la valutazione
- I meccanismi di difesa del candidato
- Definizione della rosa dei candidati idonei e presentazione alla "linea"
- *Accoglimento e inserimento dei nuovi assunti*
- Gli strumenti per l'orientamento
- I piani di inserimento
- Le visite e gli incontri con le varie funzioni aziendali
- La valutazione del periodo di prova
- *Feedback ai candidati non idonei*
- *L'intervistatore ideale:*
- *Come parlare al candidato (domande aperte, semi aperte, chiuse...)*
- *Saper ascoltare*
- *La comunicazione non verbale (sguardo, gestualità, postura, mimica, prossemica, stretta di mano, ecc.)*
- *Esercitazione*
- Gioco sull'ascolto attivo
- Gioco sulla comunicazione non verbale

Metodologia Didattica

I docenti proporranno diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

IMPLEMENTARE E GESTIRE LA FUNZIONE FORMAZIONE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

La funzione Formazione di un'organizzazione, una volta recepite le esigenze del business aziendale, ha l'incarico di analizzare le tendenze dei macro-bisogni formativi, di definire le strategie di intervento, di pianificare e progettare la Programmazione, di coordinare l'erogazione dei moduli formativi, presidiando e valutando l'attività svolta. E' inoltre, strumento di integrazione culturale e di rinforzo all'appartenenza aziendale. Durante le due giornate, verranno forniti gli strumenti e le metodologie per l'implementazione e la gestione della funzione Formazione.

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Risorse Umane.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Introduzione alla funzione Formazione**
- Ai partecipanti verrà proposto un questionario di autodiagnosi volto a definire il proprio ruolo all'interno della propria organizzazione
- Primo confronto fra i partecipanti sulle diverse realtà aziendali
- **Organizzare la funzione Formazione**
 - Scopo, finalità e attività del Responsabile della Formazione
 - Confronto fra diversi modelli organizzativi
 - Le interazioni con le altre funzioni HR
- **Le competenze dello Specialista della Formazione aziendale**
 - I fondamenti del mestiere
 - Quali professionalità sviluppare
- **Il Piano annuale della Formazione**
 - Le fasi di raccolta ed elaborazione dei bisogni formativi
 - Come armonizzarlo e integrarlo con le politiche di gestione delle Risorse Umane (in particolare con i modelli delle Competenze e con i Piani di sviluppo) e con il Piano di Gestione dell'organizzazione in generale
 - Costruire e gestire il budget per la formazione
 - Ottimizzare i costi salvaguardando la qualità
 - La formazione finanziata: fonti e tempi
- **Come valorizzare la funzione Formazione**
 - Definire gli indicatori di efficacia dei processi formativi
 - Le strategie di comunicazione interna verso i Responsabili di funzione e verso i discenti

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.
Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

PERSONNEL BASE LANGUAGE

Operare oggi nel settore delle Risorse Umane implica il continuo interfacciarsi con realtà straniere; diventa quindi necessario avere una buona conoscenza delle terminologie tecniche da utilizzare all'interno della funzione del personale.

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso si propone di fornire la terminologia tecnica base utilizzata nelle funzioni del personale dove viene richiesta l'elaborazione in lingua inglese del Piano di Gestione del personale e la reportistica ad esso relativa. Verranno presentate le principali attività che fanno capo ad una direzione del personale, attraverso il lessico in uso, gli strumenti e le modalità base utilizzate per gli scopi che ci si propone, accompagnate da esercitazioni mirate a rafforzare quanto appreso.

Destinatari

Il corso si rivolge a figure operanti all'interno della funzione del personale e a coloro che desiderano perfezionare le proprie conoscenze della lingua inglese inerente il settore delle risorse umane. Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **HR Function**
 - Role in organisation
 - Structure
 - Job/person specifications
- **Recruitment & selection**
 - Preparing for interview
 - Language for interview
- **Appraisal**
 - Appraisal form
 - Appraisal interview
 - Feed-back
- **Training Human Resources Plan**
 - Aims and structure of a process
 - Methodology

Metodologia Didattica

I docenti proporranno numerose esercitazioni, in alternanza ai momenti di lezione interattiva.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

1 giorno full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 700,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

COME IMPLEMENTARE UN SISTEMA INTEGRATO DI GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Le imprese investono nel rafforzamento di strumenti per la gestione delle Risorse Umane, affinché costituiscano dei punti di riferimento organizzativi efficaci nel guidare ed orientare il comportamento delle risorse. Il ciclo di incontri fornisce alcuni strumenti necessari alla progettazione e implementazione di un modello integrato e integrabile con gli altri sistemi aziendali.

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Risorse Umane, Responsabili del Personale, Responsabili della Selezione del Personale, Responsabili Formazione e Sviluppo, Quadri e Dirigenti a tutti i livelli.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Introduzione ai sistemi, modelli e strumenti per la Gestione Integrata delle Risorse Umane.
- Definizione, applicazioni ed esempi

ANALISI, DESCRIZIONE E VALUTAZIONE DELLE POSIZIONI

- **Finalità dell'analisi e della descrizione delle posizioni**
- **Le metodologie di analisi e descrizione**

- Acquisire un metodo efficace per la descrizione di una mansione
- La raccolta dei dati inerenti l'azienda:
 - business, dimensioni, mercato

storia, Obiettivi di sviluppo, struttura interna

- La raccolta dei dati inerenti alla posizione:
- Il disegno organizzativo della posizione
- Le aree di responsabilità
- La descrizione dell'attività
- I rapporti interfunzionali
- Le risorse a disposizione
- Le condizioni retributive e di inquadramento
- Le prospettive di sviluppo e di carriera
- Differenze di analisi e descrizione per i ruoli manageriali (Quadri e Dirigenti) e ruoli impiegatizi
- *Esercitazione pratica: descrivere una posizione lavorativa*

I partecipanti potranno attivamente esercitarsi nella stesura di una descrizione sulla base delle posizioni presenti nella propria organizzazione. I risultati verranno poi discussi insieme al Docente per trarne spunti e suggerimenti

- **Organizzare il processo di raccolta e validazione delle informazioni**
 - Come formare i team che condurranno la mappatura
 - Descrizione da parte dei singoli dipendenti? da parte dei responsabili? intervista?
 - Come procedere per la validazione delle informazioni
- **Migliorare la propria capacità di conduzione di un'intervista per l'analisi delle mansioni svolte e di descrizione del "processo" coinvolto**
 - Quali le domande più efficaci da porre per procedere alla descrizione
 - Dotarsi di una guida per la descrizione dei "processi"
 - Dotarsi di una guida per condurre efficacemente l'intervista organizzativa
 - Quali le domande da porre per ottenere informazioni significative e controllabili
 - Come redigere una scheda d'analisi efficace
 - *Esercitazione Pratica: L'intervista di rilevazione della posizione*

Role Playing. I partecipanti potranno esercitarsi in un'intervista di rilevazione della posizione. I partecipanti simuleranno a turno i ruoli dell'intervistato e dell'intervistatore, per poter migliorare i propri punti di forza e correggere i punti di debolezza. I risultati verranno poi discussi insieme al Docente per trarne spunti e suggerimenti

Utilizzare differenti approcci alla descrizione delle attività svolte e delle funzioni attribuite o esercitate, in relazione ai diversi Obiettivi di sviluppo e gestione delle Risorse Umane

- Analizzare i presupposti in termini di meccanismi di coordinamento, di interdipendenze, di contributo cognitivo, di criteri classificatori
- Conoscere le differenti tipologie di descrizione:
- Descrivere le funzioni per raggrupparle in mansioni-tipo
- Descrivere le funzioni per individuare e valutare gli "attivatori" di risultato
- Descrivere le funzioni per gestire l'organizzazione
- Descrivere le funzioni all'interno di uno schema di classificazione predeterminato
- *Esercitazione pratica: redigere la descrizione di un "processo"*

I partecipanti potranno attivamente esercitarsi nella descrizione in base a processi conosciuti, presenti nella propria azienda. I risultati verranno poi discussi insieme al Docente per trarne spunti e suggerimenti

o **La valutazione delle posizioni**

Le finalità e Obiettivi della valutazione

- Metodi di valutazione: job ranking, job grading/classification, metodo del punteggio, comparazione dei fattori
 - Limiti e vantaggi dei diversi metodi
 - Approfondimento del Metodo Hay: caratteristiche del sistema, fattori di valutazione, limiti e vantaggi
- o **Il risultato della valutazione delle posizioni: come utilizzarli e quali vantaggi ne può trarre l'azienda**
- Esempi applicativi
 - Gli attori ed il processo di valutazione dei ruoli
 - Il collegamento con i processi di selezione, formazione e sviluppo

LA VALUTAZIONE E IL MIGLIORAMENTO DELLA PRESTAZIONE

Obiettivi

- Capire come implementare un sistema di valutazione della prestazione
 - Individuare e segmentare la popolazione oggetto della valutazione
 - Sviluppare una serie di strumenti pratici e operativi per la valutazione della prestazione
 - Comprendere le modalità per costruire un'efficace scheda di valutazione
 - Sviluppare competenze e capacità per condurre brillantemente un colloquio di valutazione e di feedback
- **Perché implementare un sistema di valutazione della prestazione**
 - Finalità della valutazione della prestazione
 - L'importanza della valutazione non solo per le aziende ma anche per i dipendenti
 - **Come e cosa valutare**
 - Come strutturare efficacemente un processo di valutazione della prestazione

Definire Obiettivi generici e specifici

- Quali sono le aree di responsabilità
 - Definire comportamenti organizzativi e gestionali
 - Cosa significa valutare attitudini, capacità e atteggiamenti
- **Gli attori del processo di valutazione della prestazione**
 - La popolazione di dipendenti da valutare
 - I valutatori: quali regole devono seguire e quali comportamenti devono sviluppare
 - Qual'è il ruolo della Direzione del Personale
 - **Scegliere la tecnica di valutazione più idonea**

Le valutazioni per fattori e per Obiettivi

- I sistemi misti
 - La valutazione a 360°
 - Le valutazioni "one over one" e "multiple"
- **Come costruire la griglia di valutazione e gli indici di misura**
 - Definire i criteri relativi alla persona, ai comportamenti e ai risultati
 - Quali le informazioni chiave contenute nel manuale di supporto per i Capi e gli "uomini della linea"
 - **Le modalità di raccolta, sintesi e interpretazione dei dati emersi**

- Confrontare i risultati attesi e conseguiti
- Come attenuare il problema degli errori di valutazione
- Quali i trabocchetti da evitare (fatti e non opinioni, pregiudizi, simpatie e antipatie)
- Misurare e valutare una prestazione "non misurabile"
- La rilevazione dei punti e delle aree di miglioramento
- L'autovalutazione: come formare i dipendenti ad autovalutarsi
- **Il colloquio di valutazione o di Feedback**
 - Come gestire il confronto Capo/Collaboratore
 - Tempestività del colloquio rispetto alla conclusione del processo di valutazione
- **Preparare il colloquio**
 - L'informazione e la formazione preliminari
 - La convocazione: avvertire con sufficiente anticipo il valutato e informarlo sullo scopo e il significato dell'incontro
 - La predisposizione del materiale
 - La scelta del luogo e dell'ambiente fisico
- **Come condurre efficacemente il colloquio**
 - Chi sono gli attori e qual'è il loro stato d'animo
 - L'apertura: costruire il clima più favorevole
 - L'analisi dei risultati e la diagnosi dei problemi gestionali
 - L'analisi complessiva
 - Metodi della gestione dei colloqui (esempi e filmati)
 - La comunicazione integrativa: tecniche, stili e fattori di successo
 - Come mettere un collaboratore nella condizione di parlare liberamente
 - Gestire i colloqui difficili: discussione di una prestazione insoddisfacente
 - Quali linguaggi utilizzare e quali evitare
 - Come concludere l'incontro
- **Sviluppare e orientare la prestazione: Come utilizzare il Feedback**
 - Criticare costruttivamente
 - Elogiare
 - Motivare
 - Rassicurare
 - Riorientare le prestazioni: costruire con il valutato un efficace piano d'azione e di miglioramento
- **Quali strumenti utilizzare per formare i valutatori**
 - I test
 - Le simulazioni
 - Il role playing
 - I filmati
 - L'affiancamento

PROGETTARE E IMPLEMENTARE UN MODELLO DI MAPPATURA E GESTIONE DELLE COMPETENZE

○ **Il rapporto tra creazione del valore in azienda e gestione per competenze**

- I vantaggi e le opportunità dei sistemi per competenze:

Capacità di orientamento dei comportamenti necessari al sostegno di strategie ed Obiettivi di business

- Valorizzazione del capitale umano come fattore di vantaggio competitivo
- Quali sono e come si possono superare i vincoli e le criticità nella gestione per competenze

○ **Introduzione ai sistemi di gestione per competenze**

- Definizione e caratteristiche delle competenze
- Le competenze come dimensione organizzativa
- Le competenze come dimensione individuale

○ **Definire l'approccio da utilizzare**

Quali Obiettivi si intendono perseguire

- Quali impatti ci si attende:
- favorire cambiamenti di lungo periodo attraverso la gestione e lo sviluppo delle risorse e delle famiglie professionali strategiche;
- incrementare nel breve periodo il commitment e le capacità delle persone, mappando e divulgando i comportamenti messi in atto dai best performer
- Cases histories: alcuni modelli reali per orientare la scelta del nuovo modello

- **Mappare le competenze**
 - Come classificare, raggruppare e misurare le competenze:
 - gli approcci bottom up e top down
 - Quali gli strumenti di rilevazione più efficaci: interviste individuali, gap analysis, test, esercitazioni individuali o di gruppo, valutazione a 360 gradi
- **Caso studio relativo alla scelta dell'approccio e degli strumenti per mappare le competenze**
- **Come utilizzare il sistema delle competenze nei processi gestionali delle risorse umane**
 - Selezione
 - Formazione
 - Sviluppo organizzativo
 - Tavole di rimpiazzo e percorsi di carriera individuali e collettivi
 - Compensation
- **Esempi e casi di studio sui percorsi di carriera**

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota di partecipazione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota di partecipazione comprende il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno il 100% delle ore di formazione previste.

STRUMENTI PER LA VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE E LA GESTIONE DELLE RELAZIONI IN AZIENDA

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Introduzione ai sistemi, modelli e strumenti per la Valutazione delle Risorse Umane e delle Relazioni aziendali. Definizione, applicazioni ed esempi

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Risorse Umane, Responsabili del Personale, Responsabili della Selezione del Personale, Responsabili Formazione e Sviluppo, Quadri e Dirigenti a tutti i livelli.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

1° giorno

LA VALUTAZIONE E IL MIGLIORAMENTO DELLA PRESTAZIONE

Obiettivi

- Capire come implementare un sistema di valutazione della prestazione
- Individuare e segmentare la popolazione oggetto della valutazione
- Sviluppare una serie di strumenti pratici e operativi per la valutazione della prestazione
- Comprendere le modalità per costruire un'efficace scheda di valutazione
- Sviluppare competenze e capacità per condurre brillantemente un colloquio di valutazione e di feedback
- **Perché implementare un sistema di valutazione della prestazione**
 - Finalità della valutazione della prestazione
 - L'importanza della valutazione non solo per le aziende ma anche per i dipendenti
- **Come e cosa valutare**
 - Come strutturare efficacemente un processo di valutazione della prestazione

Definire Obiettivi generici e specifici

- Quali sono le aree di responsabilità
- Definire comportamenti organizzativi e gestionali
- Cosa significa valutare attitudini, capacità e atteggiamenti
- **Gli attori del processo di valutazione della prestazione**
 - La popolazione di dipendenti da valutare
 - I valutatori: quali regole devono seguire e quali comportamenti devono sviluppare
 - Qual'è il ruolo della Direzione del Personale
- **Scegliere la tecnica di valutazione più idonea**

Le valutazioni per fattori e per Obiettivi

- I sistemi misti
- La valutazione a 360°
- Le valutazioni "one over one" e "multiple"
- **Come costruire la griglia di valutazione e gli indici di misura**
 - Definire i criteri relativi alla persona, ai comportamenti e ai risultati
 - Quali le informazioni chiave contenute nel manuale di supporto per i Capi e gli "uomini della linea"
- **Le modalità di raccolta, sintesi e interpretazione dei dati emersi**
 - Confrontare i risultati attesi e conseguiti
 - Come attenuare il problema degli errori di valutazione
 - Quali i trabocchetti da evitare (fatti e non opinioni, pregiudizi, simpatie e antipatie)
 - Misurare e valutare una prestazione "non misurabile"
 - La rilevazione dei punti e delle aree di miglioramento
 - L'autovalutazione: come formare i dipendenti ad autovalutarsi

- **Il colloquio di valutazione o di Feedback**
 - Come gestire il confronto Capo/Collaboratore
 - Tempestività del colloquio rispetto alla conclusione del processo di valutazione
- **Preparare il colloquio**
 - L'informazione e la formazione preliminari
 - La convocazione: avvertire con sufficiente anticipo il valutato e informarlo sullo scopo e il significato dell'incontro
 - La predisposizione del materiale
 - La scelta del luogo e dell'ambiente fisico
- **Come condurre efficacemente il colloquio**
 - Chi sono gli attori e qual'è il loro stato d'animo
 - L'apertura: costruire il clima più favorevole
 - L'analisi dei risultati e la diagnosi dei problemi gestionali
 - L'analisi complessiva
 - Metodi della gestione dei colloqui (esempi e filmati)
 - La comunicazione integrativa: tecniche, stili e fattori di successo
 - Come mettere un collaboratore nella condizione di parlare liberamente
 - Gestire i colloqui difficili: discussione di una prestazione insoddisfacente
 - Quali linguaggi utilizzare e quali evitare
 - Come concludere l'incontro
- **Sviluppare e orientare la prestazione: Come utilizzare il Feedback**
 - Criticare costruttivamente
 - Elogiare
 - Motivare
 - Rassicurare
 - Riorientare le prestazioni: costruire con il valutato un efficace piano d'azione e di miglioramento
- **Quali strumenti utilizzare per formare i valutatori**
 - I test
 - Le simulazioni
 - Il role playing
 - I filmati
 - L'affiancamento

2° giorno

PROGETTARE E IMPLEMENTARE UN MODELLO DI MAPPATURA E GESTIONE DELLE COMPETENZE

- **Il rapporto tra creazione del valore in azienda e gestione per competenze**

- I vantaggi e le opportunità dei sistemi per competenze:

Capacità di orientamento dei comportamenti necessari al sostegno di strategie ed Obiettivi di business

- Valorizzazione del capitale umano come fattore di vantaggio competitivo
- Quali sono e come si possono superare i vincoli e le criticità nella gestione per competenze

- **Introduzione ai sistemi di gestione per competenze**

- Definizione e caratteristiche delle competenze
- Le competenze come dimensione organizzativa
- Le competenze come dimensione individuale

- **Definire l'approccio da utilizzare**

Quali Obiettivi si intendono perseguire

- Quali impatti ci si attende:
 - favorire cambiamenti di lungo periodo attraverso la gestione e lo sviluppo delle risorse e delle famiglie professionali strategiche;
 - incrementare nel breve periodo il commitment e le capacità delle persone, mappando e divulgando i comportamenti messi in atto dai best performer
- Cases histories: alcuni modelli reali per orientare la scelta del nuovo modello
- **Mappare le competenze**
 - Come classificare, raggruppare e misurare le competenze:
 - gli approcci bottom up e top down
 - Quali gli strumenti di rilevazione più efficaci: interviste individuali, gap analysis, test, esercitazioni individuali o di gruppo, valutazione a 360 gradi

- **Caso studio relativo alla scelta dell'approccio e degli strumenti per mappare le competenze**
- **Come utilizzare il sistema delle competenze nei processi gestionali delle risorse umane**
 - Selezione
 - Formazione
 - Sviluppo organizzativo
 - Tavole di rimpiazzo e percorsi di carriera individuali e collettivi
 - Compensation
- **Esempi e casi di studio sui percorsi di carriera**

3°/4° giorno

LA NEGOZIAZIONE

Obiettivi

- Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:
 - Riconoscere le principali situazioni negoziali

Individuare gli Obiettivi e i bisogni dell'altra parte coinvolta

- Riconoscere i personali stili di negoziazione
 - Agire i comportamenti più adeguati alle diverse situazioni negoziali
 - Verificare quanto e come le abilità negoziali sono in relazione alle competenze di comunicazione e alla capacità di stabilire legami
- **Senza comunicazione non c'è negoziazione**
 - **L'ascolto attivo**
 - Il feed-back
 - Gli atteggiamenti delle relazioni
 - **Esercitazione**
 - **Cenno alla teoria dei giochi**
 - **Esercitazione**
 - **La negoziazione**
 - Il conflitto
 - Le fonti del conflitto
 - Tipologie di conflitto
 - **Elementi che caratterizzano l'arena negoziale**
 - Le parti negoziali
 - La struttura dei rendimenti
 - Lo spazio di utilità individuale e condiviso
 - **Le fasi negoziali**
 - Convocazione
 - Tesi
 - Temi
 - Tempi
 - Stallo negoziale
 - Fine della trattativa
 - **I comportamenti negoziali**
 - Contesa vs problem solving
 - **Le categorie negoziali**
 - Negoziazione cooperativa
 - Negoziazione distributiva
 - Le strategie e le tattiche negoziali
 - **Gli stili di negoziazione**
 - **Trappole cognitive nei negoziati**
 - Le scelte con "dotazione"
 - I vincoli delle decisioni passate
 - Utilizzare posizioni di ancoraggio
 - La disponibilità delle informazioni e della similarità
 - Negoziare troppo sicuri di sé
 - **La negoziazione assistita**
 - La funzione dell'arbitro
 - La funzione del mediatore
 - **Esercitazione**

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti.

Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

4 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 2.200,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 1.800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno il 80% delle ore di formazione previste.

MONITORARE LA PEOPLE SATISFACTION ATTRAVERSO L'ANALISI DEL CLIMA AZIENDALE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Comprendere i vantaggi di una buona analisi del clima
- Capire come scegliere il momento migliore per condurre l'indagine
- Apprendere come scegliere il metodo di misura più adatto alla propria azienda
- Apprendere la metodologia di definizione dei principali fattori di indagine
- Padroneggiare le fasi di rilevazione, elaborazione e analisi dei dati raccolti
- Saper utilizzare i risultati dell'analisi per intervenire sullo sviluppo e sul coinvolgimento delle Risorse Umane
- Saper valorizzare le informazioni fornite dall'indagine per prendere decisioni relative alla soddisfazione del personale o allo sviluppo delle risorse

Destinatari

Il corso si rivolge a Direttori del Personale, Responsabili Gestione Risorse Umane, Responsabili Pianificazione e Sviluppo Organizzativo, Responsabili Formazione e Sviluppo.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Perché il "Clima Aziendale"?

- Il concetto di clima aziendale: alcune definizioni
- Gli approcci teorici
- I fattori che determinano il clima
- La cultura aziendale
- Il rapporto tra clima e cultura aziendale
 - Clima e soddisfazione lavorativa
 - Clima e socializzazione al lavoro
 - Clima e successo aziendale

Progettare il clima: "sogno o realtà"?

I vantaggi e gli Obiettivi di una buona indagine di clima aziendale

- Feedback di verifica dell'efficacia delle politiche gestionali
- Motivazione al lavoro
- Autostima dei dipendenti
- Miglioramento della performance aziendale
- Trasparenza e comunicazione

Quando fare un'analisi del clima aziendale: presupposti e condizioni

- "Autorevisione critica"
- Fasi di transizione
- Cambiamenti dell'assetto aziendale
- Sintomi di insoddisfazione da parte dei dipendenti

La scelta dei metodi di misura

La definizione degli Obiettivi

- Il campione
- Le aree tematiche
- Le dimensioni
- Gli indicatori

La scelta degli strumenti: questionario o intervista?

- Quando utilizzare il questionario e quando l'intervista
- I "Sistemi misti"
- Punti di forza e punti di debolezza dei diversi sistemi
- La strutturazione e la sequenza delle domande
- Costruire il questionario

- Definire il "canovaccio" dell'intervista

Gli attori coinvolti

- I Committenti
- La Direzione Risorse Umane
- Gli intervistati
- Le società di consulenza

La rilevazione, l'analisi e l'elaborazione dei dati

- Come comunicare che si procederà ad un'indagine di clima
- La somministrazione del questionario
- L'intervista: aspetti critici
- E se non tutti rispondo ai questionari? Stime, varianti, indici di posizione
- Definizione delle aree di miglioramento, di potenziamento e di sviluppo
- Come sintetizzare i risultati: identificare le modalità più idonee

Pianificare le attività di miglioramento

- Come utilizzare i dati per ottenere il "clima progettato"
- Identificazione degli strumenti per il miglioramento
- Fissare delle iniziative di monitoraggio continuo
- Stabilire eventuali azioni correttive all'intero processo

Dare il feedback dei risultati

- Come organizzare il piano di comunicazione
- Gli strumenti da utilizzare

Le risorse umane come fattore d'eccellenza

- L'importanza delle risorse umane per migliorare la qualità del servizio e la fidelizzazione del cliente
- Rapporto cliente interno /cliente esterno
- Leve di marketing al servizio della "Employee Satisfaction"

Il processo di rilevazione della "People Satisfaction"

- Definizione modalità di applicazione (cosa si vuole raggiungere, chi coinvolgere, come, quali aspetti sondare...)
- Interviste e/o distribuzione e raccolta dei questionari
- Analisi dei risultati
- Feedback
- Pianificazione attività di miglioramento

Presentazione di alcuni modelli

- Il modello SMILES (Studio e Monitoraggio Integrato del Livello della Employees Satisfaction)
- Il modello E.F.Q.M. (European Foundation for Quality Management)

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA VALUTAZIONE DELLA PRESTAZIONE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Capire come implementare un sistema di valutazione della prestazione
- Individuare e segmentare la popolazione oggetto della valutazione
- Sviluppare una serie di strumenti pratici e operativi per la valutazione della prestazione
- Comprendere le modalità per costruire un'efficace scheda di valutazione
- Sviluppare competenze e capacità per condurre brillantemente un colloquio di valutazione e di feedback

Destinatari

Il corso si rivolge a Direttori e Responsabili Risorse Umane, Direttori e Responsabili del Personale, Responsabili della Selezione del Personale, Responsabili Formazione e Sviluppo, Quadri e Dirigenti a tutti i livelli.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Perché implementare un sistema di valutazione della prestazione

- Finalità della valutazione della prestazione
- L'importanza della valutazione non solo per le aziende ma anche per i dipendenti

Come e cosa valutare

- Come strutturare efficacemente un processo di valutazione della prestazione

Definire Obiettivi generici e specifici

- Quali sono le aree di responsabilità
- Definire comportamenti organizzativi e gestionali
- Cosa significa valutare attitudini, capacità e atteggiamenti

Gli attori del processo di valutazione della prestazione

- La popolazione di dipendenti da valutare
- I valutatori: quali regole devono seguire e quali comportamenti devono sviluppare
- Qual è il ruolo della Direzione del Personale

Scegliere la tecnica di valutazione più idonea

Le valutazioni per fattori e per Obiettivi

- I sistemi misti
- La valutazione a 360°
- Le valutazioni "one over one" e "multiple"

Come costruire la griglia di valutazione e gli indici di misura

- Definire i criteri relativi alla persona, ai comportamenti e ai risultati
- Quali le informazioni chiave contenute nel manuale di supporto per i Capi e gli "uomini della linea"

Le modalità di raccolta, sintesi e interpretazione dei dati emersi

- Confrontare i risultati attesi e conseguiti
- Come attenuare il problema degli errori di valutazione
- Quali i trabocchetti da evitare (fatti e non opinioni, pregiudizi, simpatie e antipatie)
- Misurare e valutare una prestazione "non misurabile"
- La rilevazione dei punti e delle aree di miglioramento
- L'autovalutazione: come formare i dipendenti ad autovalutarsi

Il colloquio di valutazione o di Feedback

- Come gestire il confronto Capo/Collaboratore
- Tempestività del colloquio rispetto alla conclusione del processo di valutazione

Preparare il colloquio

- L'informazione e la formazione preliminari
- La convocazione: avvertire con sufficiente anticipo il valutato e informarlo sullo scopo e il significato dell'incontro
- La predisposizione del materiale

- La scelta del luogo e dell'ambiente fisico

Come condurre efficacemente il colloquio

- Chi sono gli attori e qual'è il loro stato d'animo
- L'apertura: costruire il clima più favorevole
- L'analisi dei risultati e la diagnosi dei problemi gestionali
- L'analisi complessiva
- Metodi della gestione dei colloqui (esempi e filmati)
- La comunicazione integrativa: tecniche, stili e fattori di successo
- Come mettere un collaboratore nella condizione di parlare liberamente
- Gestire i colloqui difficili: discussione di una prestazione insoddisfacente
- Quali linguaggi utilizzare e quali evitare
- Come concludere l'incontro

Sviluppare e orientare la prestazione: Come utilizzare il Feedback

- Criticare costruttivamente
- Elogiare
- Motivare
- Rassicurare
- Riorientare le prestazioni: costruire con il valutato un efficace piano d'azione e di miglioramento

Quali strumenti utilizzare per formare i valutatori

- I test
- Le simulazioni
- Il role playing
- I filmati
- L'affiancamento

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LE POLITICHE RETRIBUTIVE: COMPENSATION & BENEFITS

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso si pone l'obiettivo di esaminare gli aspetti caratteristici e critici dell'implementazione di un sistema di Total Reward; definire una politica di Compensation & Benefits che sia in linea con gli Obiettivi di business.

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Human Resource, Responsabili Gestione e Sviluppo Organizzativo, Compensation & Benefit Manager, Responsabili Pianificazione Strategica, Line Manager.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Concetti di base del total rewards

Tipologie di strutture retributive:

- Struttura per step
- Tradizionale
- Broad Bands
- Curve retributive

I sistemi di job evaluation:

- Pay for job
- Pay for performance
- Pay for competence

Cenni sulle indagini retributive

Variable Pay:

- A cosa serve
- Forme di Variable Pay
- Elementi chiave
- Trends

Le strategie di total rewards e i deal tra persona ed azienda

Trends delle strategie retributive:

- retribuzione
- benefit
- formazione e sviluppo
- ambiente di lavoro

Comunicare il sistema di total rewards

Come impostare una strategia retributiva

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, diverse esercitazioni, l'analisi di casi pratici, momenti di confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

MASTER SERALE IN GESTIONE RISORSE UMANE

VALORIZZARE LE PERSONE PER ATTRARRE E TRATTENERE I TALENTI IN AZIENDA

Edizioni

Sono previste 2 edizioni nella città di Milano.

Obiettivi:

Al termine del master i partecipanti avranno:

- acquisito le principali nozioni dei sistemi di gestione e sviluppo delle Risorse Umane
- appreso l'importanza della funzione Risorse Umane per il raggiungimento dei risultati economici dell'azienda
- sviluppato una visione integrata della Gestione delle Risorse Umane rispetto alle altre funzioni aziendali

Destinatari

Il master si rivolge a laureandi, neolaureati e a figure junior delle direzioni del personale che desiderano approfondire conoscenze e competenze sul tema trattato.

Programma

La gestione strategica delle risorse umane: evoluzione e modelli integrati

- Le teorie organizzative: un po' di storia
- Nuove logiche e nuovi paradigmi: da funzione di controllo a marketing interno
- Nuove tecnologie al servizio delle metodologie tradizionali

La pianificazione del personale

- Analisi dei bisogni quantitativi e qualitativi delle Risorse Umane
- Inventario delle risorse presenti
- Piani e Budget

La ricerca e selezione del personale

- Il processo di selezione tradizionale
- Le fonti del reclutamento
- Le tecniche di intervista

La formazione del personale

- Analisi dei fabbisogni
- Progettazione
- Metodologie attive
- Tecniche di Public Speaking e gestione dell'aula

Le relazioni con le rappresentanze dei lavoratori

Normativa del lavoro

Il rapporto di lavoro: costituzione, gestione e risoluzione

Il Job Act

L'Outplacement

La valutazione integrata delle risorse umane

- Introduzione alle 3 P: Posizione, Prestazione, Potenziale
- La valutazione della Posizione
- La valutazione del Potenziale

- La valutazione della Prestazione
- Il modello delle competenze: mappatura e gestione

I piani di sviluppo e i percorsi di carriera

- Tavole di rimpiazzo e sentieri di carriera
- Job rotation, Job enlargement, Job enrichment, Coaching, Mentoring, Tutoring
- Development Center

La comunicazione interna e i suoi strumenti

People Satisfaction e analisi del clima aziendale

- Vantaggi ed obiettivi di una buona analisi di clima aziendale
- Presupposti e condizioni per fare una analisi di clima aziendale
- Scelta dei metodi di misura e degli strumenti
- Attori coinvolti
- Rilevazione, analisi ed elaborazione dei dati
- Presentazione di alcuni modelli

Knowledge Management

Compensation e sistema premiante

- Il Total Reward

CSR - La responsabilità sociale d'impresa

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Sede del corso

Il master si terrà presso le nostre aule didattiche in via Larga 8 a Milano (Duomo).

Articolazione del Master

1) AULA – 108 ORE

Il **Master**, attraverso la formula “serale + sabati”, si articola in un programma di 30 lezioni (24 serate e 6 sabati full time).

Le lezioni infrasettimanali (martedì e giovedì) si svolgeranno dalle ore 18,30 alle 21,00, mentre quelle del sabato dalle 9,30 alle 17,30.

2) ATTIVITA' ED ESERCITAZIONI INDIVIDUALI – circa 60 ore (facoltative)

Oltre alle attività ed esercitazioni di gruppo che vengono proposte durante le ore d'aula, i Docenti assegneranno delle esercitazioni individuali, che i Partecipanti dovranno consegnare entro la fine del Master.

3) PROJECT WORK e TESINA - circa 120 ORE (facoltativi)

Nelle prime giornate del Master, il Coordinatore proporrà un elenco di argomenti e temi, relativi ad un argomento specifico o ad una materia, da sviluppare come:

- **Project Work**, all'interno della propria azienda o presso un'azienda proposta da Omnia Gestione Risorse Umane, con la stesura di un elaborato finale
- **Tesina**, compilativa, di ricerca o sperimentale.

4) VERIFICA FINALE (facoltativa)

Al termine del Master è prevista una verifica finale delle competenze acquisite, con domande aperte e chiuse (risposta multipla), brevi temi e commenti.

5) STAGE – minimo 480 - massimo 960 ORE (a richiesta del Partecipante)

Omnia Gestione Risorse Umane, propone degli stage da svolgersi, per un periodo minimo di tre mesi e massimo di sei, presso le Direzioni Risorse Umane di Aziende pubbliche e private o presso Società di consulenza, APL, ecc., sia a Milano e provincia che in altre città italiane.

Modalità di Ammissione

Il Master è a numero chiuso (massimo 16 Partecipanti) e l'ammissione è condizionata al superamento di un colloquio conoscitivo con il Coordinatore del Master. Il colloquio ha lo scopo di comprendere le aspirazioni e motivazioni del Partecipante, oltre a valutarne le conoscenze di base rispetto agli argomenti trattati durante il Master.

E' necessario fissare un appuntamento.

Attestato di partecipazione

Al termine del master, previa **frequenza non inferiore al 75% delle lezioni d'aula**, verrà rilasciato un attestato di partecipazione.

L'attestato di partecipazione riporterà anche la votazione (espressa in centesimi), qualora il Partecipante svolga con successo le attività facoltative proposte dal Coordinatore e dai Docenti (è escluso l'eventuale Stage).

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Quota di partecipazione

Euro 1.800,00 + IVA a partecipante

Agevolazioni:

Euro 1.500,00 + IVA a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 1.000,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

È possibile iscriversi ai singoli moduli che terremo nelle giornate di sabato sui seguenti temi di approfondimento:

- La pianificazione del personale
- Le tecniche di intervista di selezione
- Tecniche di Public Speaking e gestione dell'aula
- La valutazione della Prestazione
- People Satisfaction e analisi del clima aziendale
- Compensation e sistema premiante

Singoli incontri: **Euro 400,00** + IVA a Partecipante.

La quota di iscrizione include la partecipazione al master e il materiale didattico.

MASTER BREVE IN AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

Edizioni

Sono previste 2 edizioni nella città di Milano.

Obiettivi:

Formare professionisti in grado di operare in completa autonomia nella gestione degli aspetti amministrativi del personale. Durante il percorso formativo, saranno illustrate le diverse tipologie di contratti di lavoro da applicare, le metodologie utilizzate per presidiare l'intero sviluppo del rapporto di lavoro dall'assunzione alla sua cessazione, le modalità di elaborazione delle buste paga e di tutti gli adempimenti previdenziali, assistenziali e fiscali ad esse collegate, la gestione dei rapporti con gli Enti pubblici deputati in materia di contratti di lavoro (INPS, INAIL, ecc.), la definizione del costo del lavoro. Per completare il bagaglio di conoscenze, in grado di rendere autonomi sul lavoro i partecipanti, verranno fornite nozioni in materia di diritto e normativa del lavoro, e di relazioni sindacali.

Destinatari

Il Master breve, si rivolge in generale a tutte le persone interessate ad approcciare le tematiche e le modalità operative per poter operare nell'amministrazione del personale. Inoltre, in relazione alle tematiche sviluppate offre a tutti coloro che già professionalmente vi operano, l'opportunità di approfondire le proprie conoscenze e consolidare la propria preparazione.

Numero di partecipanti: da un minimo di 6 a un massimo di 12.

Programma

Modulo 1

Le forme di lavoro e le tipologie contrattuali (4 ore)

1. Subordinato, parasubordinato, di agenzia, autonomo, ecc.
2. Indeterminato, determinato, part-time, intermittente, apprendistato, ripartito, a progetto, occasionale e somministrato
3. Lo stage
4. Il collocamento obbligatorio ex lege 66/1999

Modulo 2

La costituzione del rapporto di lavoro (4 ore)

1. Visita medica pre-assuntiva
2. La lettera di assunzione: inquadramento, mansioni, periodo di prova
3. Gli adempimenti e le comunicazioni agli Enti pubblici: denuncia inizio attività, centri per l'impiego, INPS, INAIL, l'accantonamento contributivo
4. Libri e scritture obbligatorie
5. Un caso particolare: i lavoratori stranieri
6. Le assunzioni agevolate

Modulo 3

Lo svolgimento del rapporto di lavoro (8 ore)

1. Diritti e obblighi dei contraenti
2. Orario di lavoro: normale, straordinario, banca delle ore, ore viaggio
3. Ferie e permessi
4. Maternità
5. Congedi parentali
6. Malattia e infortunio
7. Comporto
8. Cambio mansioni, trasferimenti
9. Trasformazione del rapporto di lavoro
10. Diritto allo studio

Modulo 4

I rapporti in azienda (4 ore)

1. Norme disciplinari
2. Contestazioni e provvedimenti
3. Licenziamenti individuali

Modulo 5

La cessazione del rapporto di lavoro (4 ore)

1. Preavviso
2. Dimissioni e licenziamenti
3. Indennità di fine rapporto
4. Comunicazione agli Enti pubblici
5. Denuncia fine attività
6. Rinunce e transazioni

Modulo 6

Paghe e contributi (12 ore)

1. La retribuzione: concetto, struttura e voci
2. Retribuzione variabile e differita
3. Fringe Benefits
4. Imponibile contributivo e fiscale
5. Detrazioni contributive e fiscali
6. Il costo del lavoro
7. Elaborazione del cedolino paga
8. Conguaglio fiscale e calcolo addizionali
9. Le denunce contributive e fiscali mensili (DM10, F24)
10. Le denunce annuali: CUD, autoliquidazione INAIL, modello 770
11. L'azienda sostituto d'imposta
12. Le verifiche ispettive
13. Pensioni complementare

Modulo 7

La rappresentanza sindacale in azienda (4 ore)

1. Diritto del lavoro e relazioni sindacali
2. Ruolo del sindacato in azienda
3. Contrattazione collettiva nazionale e integrativa aziendale
4. Cassa integrazione Guadagni
5. Licenziamenti collettivi e mobilità
6. La gestione del contenzioso
7. DL 81/2008: sicurezza e salute sui luoghi di lavoro
8. Gli enti bilaterali

Test Finale

Metodologia didattica

Il percorso formativo è strutturato in lezioni d'aula, con l'ausilio di supporti informatici e cartacei, e nelle quali sono previste esercitazioni pratiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata e sede del corso

Il Master è un percorso di formazione della durata di 40 ore, strutturato in 7 moduli formativi.

Le lezioni si terranno il venerdì presso le nostre aule didattiche site a Milano, Via Larga 8. (Zona Duomo)

Quota d'iscrizione

Euro 1.500,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota di iscrizione include la partecipazione al Master e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno il 75% delle ore di formazione previste.

Progetto Chirone

MASTER FORMAZIONE FORMATORI

Edizioni

Sono previste 2 edizioni nella città di Milano.

Obiettivi:

Al termine del Master i partecipanti saranno in grado di:

- identificare e impostare il percorso formativo più idoneo alla realtà aziendale
- analizzare i bisogni formativi aziendali ed elaborare progetti di formazione adeguati e congruenti con gli Obiettivi da raggiungere
- identificare e avvalersi dei principali metodi di valutazione dei risultati
- conoscere i trend formativi più innovativi e saperli utilizzare per accrescere e rendere più efficace l'attività formativa
- conoscere e saper gestire le principali variabili relative all'organizzazione e realizzazione di un intervento formativo
- gestire l'aula animando con professionalità e trasferendo in modo valido i contenuti del corso

Destinatari

Il Master si rivolge a coloro che desiderano lavorare nella funzione "Formazione" di organizzazioni pubbliche e private, di enti preposti alla formazione professionale o come formatori free-lance.

Numero di partecipanti: da un minimo di 6 a un massimo di 12.

Programma

Modulo 1

Logiche e metodi didattici

- Il processo di apprendimento: le teorie e i meccanismi di apprendimento degli adulti
- Il gruppo come risorsa per l'apprendimento
- Le discipline tradizionali alla base del sapere della formazione:
 - Psicologia
 - Psicosociologia
 - Psicologia del lavoro e dell'organizzazione
 - Sociologia
 - Sociologia del lavoro e dell'organizzazione
 - Organizzazione
 - Pedagogia
- I metodi didattici:
 - Il metodo espositivo
 - Il metodo dimostrativo
 - Il metodo interrogativo
 - Il metodo attivo
 - Il metodo psicosociologico

Modulo 2

La formazione nell'organizzazione

- Teorie organizzative e culture manageriali
- Modelli di strutture organizzative a confronto
- Lo sviluppo organizzativo e la learning organization
- Il Knowledge Management nella learning organization
- La formazione come strumento di cambiamento e miglioramento
- Il ruolo del formatore
- Deontologia professionale dei formatori
- Il ruolo del tutor
- I programmi comunitari nel campo della formazione

Modulo 3

Progettazione ed Organizzazione degli interventi formativi

- La progettazione: le fasi del processo
- I vari livelli di progettazione:

La macro progettazione: definizione degli Obiettivi di apprendimento e costruzione dell'impianto formativo

La micro progettazione: definizione degli Obiettivi didattici, articolazione dei contenuti, scelta delle metodologie

- Progettare un corso breve
- Progettare un corso di lunga durata con più docenti
- Progettare un intervento all'interno di un corso di lunga durata
- Adattare pacchetti didattici predisposti da altri
- L'analisi dei bisogni formativi:
 - Come definire i bisogni di formazione
 - Bisogni dell'organizzazione e bisogni degli individui
 - Analisi delle attività
 - Analisi del ruolo
 - Analisi degli eventi critici
 - Analisi del sistema di attese

Gli Obiettivi del processo:

Gli Obiettivi del committente

Gli Obiettivi degli utenti

Gli Obiettivi dei formatori

Bilanciare gli Obiettivi con il tempo a disposizione

Creare Obiettivi attraenti da "vendere" all'interno dell'azienda

Traduzione degli Obiettivi didattici in programmi

- Altre variabili della progettazione:
 - Il tipo di partecipanti
 - Il n. dei partecipanti
 - La residenzialità
 - La logistica, i tempi, la durata
 - Aspetti amministrativi
 - Scelta di un titolo efficace

Modulo 4

La gestione degli interventi formativi

- Struttura del calendario delle attività formative
- Preparazione della sessione formativa:
 - Contenuti
 - Metodologia
 - Supporti didattici
 - Tempistica
- Strumenti e tecniche di gestione dell'aula

Come Programmare e alternare fasi teoriche ed esercitative

- Progettare una lezione:
 - Pro e contro
 - Scelta dei contenuti
 - Schema della lezione e lista di controllo
 - Supporti per la lezione
- Le esercitazioni e i casi:
 - Tipologia e criteri per la progettazione
 - Adattare e scrivere esercitazioni
 - Scegliere, preparare e condurre un roleplaying
 - Adattare e creare un case study
- Le simulazioni:
 - Le simulazioni addestrative
 - Le simulazioni su casi
 - Le simulazioni dimostrative
 - Le simulazioni di analisi
- Disposizione dell'aula e dei laboratori
- I supporti audiovisivi: quali scegliere e perché

Il comportamento del Docente:

- Verbale, paraverbale, non verbale
- Stili di docenza

- L'uso dello spazio
- L'interazione con i partecipanti:
 - Le domande
 - Le discussioni
- I problemi più comuni nella conduzione di sessioni formative
- Gli affiancamenti

Modulo 5

La valutazione ed il controllo del processo di formazione

- La valutazione della formazione: caratteristiche, oggetti, soggetti
- La valutazione iniziale, in itinere, finale
- Gli strumenti della valutazione: il questionario e il colloquio come strumenti di analisi/intervento
- Metodologie e tecniche di valutazione
 - La valutazione delle reazioni e del gradimento dei partecipanti
 - La valutazione dell'apprendimento
 - La valutazione di mutamento degli atteggiamenti e dei comportamenti
 - La valutazione del gradimento del committente
 - Tecniche di valutazione: test, prove strutturate, esami scritti e orali, questionari di gradimento, interviste
- La valutazione economica della formazione
- Le giornate di follow up
- Il feedback alla committenza

Modulo 6

Cross Cultural Team Building

- Il concetto di cultura
- Culture a confronto
- Linee guida e metodologie per la gestione e lo sviluppo di gruppi di lavoro caratterizzati da provenienze multiculturali
- Il ruolo del facilitatore nel processo formativo

Modulo 7

Nuove metodologie e nuovi ambienti per la formazione

- Oltre l'aula:
 - Outdoor training
 - E-learning
 - Coaching
 - Teatro d'impresa
 - Psicodramma
 - Cooperative Learning
- La formazione come empowerment

Giornate di laboratorio e workshop:

- Saper utilizzare PowerPoint
- Tecniche di Public Speaking
- Creare il gruppo di lavoro
- L'arte di comunicare
- Corso di lingua inglese

Durata e sede del corso

Il Master è un percorso di formazione della durata di 1200 ore e prevede 4 momenti formativi:

- Didattica d'aula – 6 ore giornaliere da lunedì a venerdì -
- Laboratorio
- Stage aziendale
- Project Work -
- Project Research – ricerca su uno o più temi affrontati nelle fasi precedenti del Master

Metodologia Didattica

Al fine di un corretto sviluppo delle capacità saranno utilizzati metodi attivi di insegnamento, così da stimolare una proficua dinamica individuale e di gruppo. Numerosi gli strumenti utilizzati a tale fine, fra questi: simulazioni e role playing, esercitazioni, case history e questionari di autovalutazione.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Quota d'iscrizione

Euro 4.500,00 + I.V.A. a Partecipante per l'intero Master.

E' possibile iscriversi ai singoli moduli con una quota di partecipazione di **Euro 1.000,00 + IVA** a Partecipante.

La quota di iscrizione include la partecipazione al Master e il materiale didattico.

L'ammissione al master è subordinata al superamento di un colloquio con il comitato di selezione al fine di approfondire le motivazioni e le aspettative dei partecipanti.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno il 75% delle ore di formazione previste.

Area Vendite, Marketing e Comunicazione

IL TELEFONO NELLA VENDITA

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Il telefono: a contatto diretto con il cliente

Usare il telefono nel proprio lavoro è fondamentale. Al telefono possiamo vendere, dare assistenza, fare promozione, gestire i reclami, in sintesi, possiamo essere “vicini” al nostro cliente, e la capacità di gestire la comunicazione telefonica ci permette, così, di integrare le abituali strategie aziendali con uno strumento in più, duttile e versatile. Ma anche al telefono e non solo in una relazione faccia a faccia siamo in grado di capire quando una persona “c’è” davvero con noi nella conversazione: il tono della voce, il sorriso, il silenzio partecipe ci testimoniano l’interessamento che l’altro nutre nei nostri confronti. Avere un atteggiamento positivo e disponibile, usare competenza e gentilezza nella relazione telefonica, utilizzare consapevolmente la voce come strumento di comunicazione, può condurci verso i più soddisfacenti risultati di vendita e di servizio al cliente.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Gestire una telefonata con atteggiamento positivo e disponibile
- Cogliere i segnali verbali e non verbali usati dal cliente
- Raccogliere le informazioni utili all’orientamento del cliente, per percepire e focalizzare le sue esigenze
- Gestire le obiezioni del cliente
- Concludere una trattativa telefonica
- Riconoscere il ruolo giocato dalla comunicazione paraverbale nella relazione al telefono

Destinatari

Il corso si rivolge a tutte le persone che non hanno esperienza nella gestione della comunicazione telefonica e nella vendita telefonica, e che desiderano sviluppare le competenze utili per migliorare le proprie performance.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Servire il cliente: desiderio o necessità?**
 - L’immagine dell’azienda nel contatto con i clienti
 - Creare un rapporto a lungo termine con i clienti
- **Il servizio al telefono e la qualità della relazione interpersonale**
 - Le tre dimensioni del servizio
 - Servizio, cortesia e...
- **I principi della comunicazione interpersonale**
 - Comunicare con efficacia: capire il nostro interlocutore e farsi capire
 - Regole, vincoli e il sapersi esprimere con creatività
 - La comunicazione verbale e non verbale
 - La relazione e il feed back
- **La comunicazione efficace al telefono**
 - Le caratteristiche di un messaggio telefonico
 - Il linguaggio al telefono e la comunicazione non verbali
 - L’ascolto attivo e la comprensione delle esigenze del cliente
- **Il telefono e le sue applicazioni**
 - I fattori di successo
 - La telefonata in bound: accoglienza, ascolto e orientamento alla soluzione del problema del cliente
- **La vendita per telefono**
 - Gestire il data base

Capire i bisogni del cliente e i suoi criteri di scelta per condurlo verso Obiettivi di vendita

- Fare le domande per identificare la soluzione possibile alle sue esigenze
- Rispondere alle obiezioni e saper reagire a un rifiuto
- Chiudere in positivo

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

VENDITA E CONSULENZA AL CLIENTE

La vendita non è più una specie di azione di forza, volta a obbligare, in un certo senso, il mercato ad accettare qualcosa di cui non ha bisogno. La vendita diventa un'azione più complessa, tendente a far sì che il cliente scelga tra una molteplicità di prodotti/servizi analoghi, un prodotto/servizio piuttosto che un altro e che continui a rimanergli "fedele" il più a lungo possibile. Ma non basta, l'azione di vendita diventa sempre più un'azione di consulenza che l'azienda rende ai clienti attraverso il venditore. Questo venditore/consulente offre ai clienti la migliore utilizzazione del prodotto/servizio venduto e instaura con loro un rapporto di lungo periodo, all'interno del quale ricercare insieme i vantaggi reciproci. E' dal modo in cui scegliamo di comunicare con il nostro interlocutore che dipenderà la possibilità raggiungere gli Obiettivi di vendita e il successo della relazione con il cliente.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Riconoscere e confrontare il proprio stile e metodo di vendita
- Acquisire conoscenze su alcuni strumenti di pianificazione e Programmazione dell'attività di vendita
- Programmare l'attività di vendita per Obiettivi
- Saper condurre con successo una trattativa di vendita
- Capire le motivazioni di interesse/desiderio del cliente e saper rispondere alle sue aspettative
- Rispondere e superare le obiezioni, e arrivare alla chiusura dei contratti
- Aumentare la capacità di chiusura positiva della proposta al cliente
- Acquisire nuove abilità pratiche nel riconoscere le fasi più tipiche e ricorrenti nella trattativa di vendita

Destinatari

Giovani agenti e rappresentanti di commercio che si avviano a una carriera nelle vendite di prodotti e servizi. Quadri intermedi dei Servizi Marketing e Vendite per un approfondimento professionale e per un'occasione di confronto.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- La figura del Venditore Professionista
 - o L'evoluzione della figura del Venditore
 - o Evoluzioni nelle procedure di vendita
 - o Vendita e consulenza

Le funzioni di competenza del Venditore di successo. Programmazione, conduzione e controllo delle operazioni.

- o Funzioni strategiche ed operative nella attività di vendita
- Gli strumenti operativi del Venditore
 - o Le fasi preliminari alla Vendita: .
 - o Il professionista della vendita: sostituisce allo stress emotivo penalizzante della non vendita un metodo di lavoro scientifico che lo supporta in tutte le fasi di vendita
 - o Pianificare la propria attività di vendita
 - o Il Venditore informatizzato e la gestione della Scheda-Cliente

La Programmazione per Obiettivi

- La comunicazione del cliente e con il cliente
 - o Comunicare con efficacia: capire il nostro interlocutore e farsi capire
 - o Regole, vincoli e il sapersi esprimere con creatività
 - o Saper osservare i segnali verbali e non verbali del cliente
 - o L'ascolto attivo e le domande aperte
 - o La relazione e il feed back
- Le fasi della vendita
 - o Preparare la visita al cliente
 - o Il contatto e l'approccio al cliente

- La dimostrazione
- L'introduzione delle soluzioni creative
- La gestione del prezzo
- Rispondere alle obiezioni
- La chiusura della trattativa
- Tecniche di vendita in azione
 - Conoscere le potenzialità del cliente e le motivazioni che lo spingono ad acquistare
 - Concentrarsi sul cliente e coinvolgerlo
 - L'uso di una corretta comunicazione come chiave di volta della trattativa
 - L'ascolto attivo e le domande

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

ORGANIZZARE UN EVENTO

L'organizzazione di un evento aziendale è l'occasione per far conoscere la propria struttura e al contempo dimostrare la professionalità degli specialisti che ne sono parte. E' un "biglietto da visita" da utilizzare con cura ed efficacia; diventa quindi fondamentale studiare nei minimi particolari i dettagli organizzativi in modo da offrire un prodotto piacevole e coerente con lo stile aziendale.

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi:

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Gestire in modo efficace ed efficiente l'organizzazione di un evento
- Scegliere l'evento più utile ed appropriato per ogni occasione
- Tradurre ogni evento in un veicolo di comunicazione aziendale

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Marketing, Responsabili Relazione Esterne, Responsabili Commerciali, Responsabili della Comunicazione, Responsabili Ufficio Stampa e a tutti coloro che sono interessati ad apprendere le tecniche di gestione di un evento aziendale.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Introduzione**

- Che cosa è un Evento Aziendale

Quali sono i suoi Obiettivi

- A chi si rivolge: l'evento per pubblici interni/ l'evento per pubblici esterni
- La coerenza con la mission aziendale

- **I diversi eventi: quale scegliere?**

- Eventi di marketing communication (conferenza stampa, open day, party, iniziative legate a sponsorizzazioni commerciali, eventi di entertainment per pubblici esterni, fiere)
- Eventi informativi per target specifici (convegni, congressi, workshop, educational visit)
- Eventi di comunicazione economico-finanziaria (road show, presentazioni)
- Eventi di comunicazione interna (convention, incentive, feste)
- Eventi istituzionali (anniversari, iniziative legate a sponsorizzazioni istituzionali)

- **Come si struttura l'Evento**

Ideazione: definizione degli Obiettivi, scelta della tipologia di evento in rapporto agli Obiettivi e al target)

Progettazione: stesura piano operativo di fattibilità, scelta dei contenuti, stesura Programma, scaletta, regia, individuazione data e location, impostazione creativa, stesura del piano di comunicazione/promozione dell'evento

- Stesura budget di previsione, stesura time table operativa con principali deadline
- Organizzazione: selezione fornitori e personale di supporto, selezione relatori, moderatori, artisti/ospiti, creazione mailing list, scelta allestimenti/soluzioni tecnologiche, realizzazione materiali informativi e di supporto alla presentazioni, aggiornamento budget
- Gestione: i dettagli tecnici, la comunicazione, le prove generali, la gestione degli eventuali imprevisti, l'organizzazione dell'evento
- Follow up: misurazione dei risultati, rassegne stampa, budget consuntivo

- **Come promuovere e chi invitare all'Evento**

- La promozione: momento fondamentale per farci conoscere
- Promozione diretta e indiretta
- L'Ufficio Stampa: il nostro alleato
- Eventuali patrocini e partnership
- Chi invitare: mailing mirato in base al "target"

- **I giornalisti**

- A chi rivolgersi

- Come stimolarli a partecipare
- **Il dopo evento e la durata del suo ricordo nel tempo**
 - La lista dei partecipanti
 - La rassegna stampa
 - Il budget consuntivo

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

COME POTENZIARE IL SISTEMA DI COMUNICAZIONE INTERNA

In relazione alla riconosciuta centralità delle Risorse Umane e alla stretta connessione tra personale motivazione e rendimento sul luogo di lavoro, nelle aziende di ciascun settore e di qualunque dimensione, un efficace sistema di comunicazione interna rappresenta il mezzo fondamentale per introdurre la cultura del cambiamento e dell'innovazione.

Un'efficace comunicazione interna all'azienda, consente di fornire alle persone che ne fanno parte la possibilità di identificare un proprio percorso individuale per giungere ad una identità collettiva coerente con gli Obiettivi aziendali.

Il corso ha l'obiettivo di migliorare ed ottimizzare la comunicazione in azienda, entrare in rapporto con i propri collaboratori con un ascolto più attento e una migliore focalizzazione degli Obiettivi.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi:

- Incrementare la condivisione della conoscenza e ridefinire i processi di comunicazione interna in relazione agli altri canali di comunicazione (istituzionale e di marketing)
- Approfondire le conoscenze necessarie per la creazione e gestione di reti interne finalizzate alla cooperazione e alla condivisione di strategie, Obiettivi, progetti
- Migliorare la capacità di comunicare, in particolare durante fasi di cambiamento e riorganizzazione delle strutture, al fine di promuovere e migliorare un buon clima aziendale
- Sviluppare all'interno per diffondere all'esterno una vision e una mission comune aziendale
- Analizzare e approfondire le azioni e gli strumenti di comunicazione

Destinatari

Il corso si rivolge a:

- responsabili delle risorse umane
- manager di azienda
- responsabili della comunicazione
- responsabili del knowledge management

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- COMUNICAZIONE INTERNA E PROCESSO ORGANIZZATIVO

- o **I contenuti e il contesto**

- La complementarità e l'interrelazione con la comunicazione istituzionale e il marketing
- Le differenze e le relazioni tra la comunicazione formale e informale
- Come decidere i messaggi, i valori e le immagini da trasmettere
- Sviluppare e diffondere la cultura del management aziendale

- o **Le relazioni interne**

Definire la situazione di partenza e gli Obiettivi da raggiungere:

- Creazione di un workshop e incontri individuali con i dirigenti, i quadri e i responsabili
- Individuare e valutare i livelli di target
- valutare la people satisfaction attraverso il clima aziendale
- Raccogliere e analizzare i feed back e le "voci di corridoio"
- Organizzare una campagna di comunicazione
- come costruire e diffondere una vision e una mission comuni:
- la promozione interna: incentive, meeting, convention
- strutturare lo scambio di informazioni interne top-down e bottom-up
- favorire il team building per la costituzione e il mantenimento di una cultura di gruppo:
- Realizzare un incontro diretto tra l'azienda e i dipendenti
- Sviluppare il senso di appartenenza e le motivazioni della popolazione aziendale al gruppo

- Sostenere i processi di cambiamento esplicitando e diffondendo i principi innovativi sui quali orientare le scelte operative

Creare un contesto ambientale che favorisca la traduzione degli Obiettivi aziendali in attività concrete

- **Metodologie di approccio comunicativo**
 - scelta dei canali di comunicazione adeguati al contesto
 - scegliere i codici, lo stile e il linguaggio appropriati
 - frequenza e forma di trasmissione delle informazioni
 - coinvolgimento delle cariche manageriali e dei responsabili delle risorse umane nella trasmissione delle informazioni alla popolazione aziendale
- **Gli strumenti della comunicazione interna:**
 - verbali: comunicazioni organizzative, riunioni, team briefing
 - scritti: house organ, cartellonistica, news letter, brown paper, report annuali, buzòn de sugerencias, opuscoli di accoglimento.
 - eventi: meeting informali, cene, open day, family days, formazione
 - *esercitazioni, simulazioni e role-playing*
- **Approfondimento: gli strumenti multimediali**
 - Cooperare, collaborare, interagire in tempo reale con i mezzi informatici
 - Come incentivare il lavoro di gruppo (workgroup computing):
 - Utilizzo di software specifici per creare reti locali intranet
 - Soluzioni professionali share-working: "documenti" non più considerati come proprietà privata
 - Come utilizzare il sistema operativo windows per favorire il groupware: servizi di messaggistica istantanea (msn messenger), workflow elettronici, MSI Solution for Intranets
 - Posta elettronica, internet
 - Teleconferenze, videoconferenze, riunioni in linea.
- **INVESTIRE SULLA FORMAZIONE**
 - motivare il personale: diffondere un senso di crescita professionale per se stessi e per l'azienda
 - organizzare seminari, corsi e interventi formativi
 - l'outdoor training
- **IL KNOWLEDGE MANAGEMENT**
 - Come le informazioni diventano conoscenza: dal valore dell'esperienza alla formazione della conoscenza
 - La gestione della conoscenza: un processo fondamentale dell'azienda
 - Modello per la gestione della conoscenza

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

NETIQUETTE - IL GALATEO IN RETE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Letteralmente "galateo della rete", la netiquette è costituita da una serie di norme di comportamento sul web; lo scopo è di promuovere il rispetto reciproco e di evitare l'uso di pratiche fastidiose moleste.

Il corso mira a fornire una serie di informazioni su "cosa fare" e "cosa non fare" per una buona educazione nel web.

Destinatari

Tutti coloro che utilizzano quotidianamente il web per lavoro o nel tempo libero.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Principi fondamentali della netiquette
- Comportamenti palesemente scorretti
- Variazioni della Netiquette tra le varie comunità
- I comandamenti dell'e-mail
- Mailing list e newsgroup

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

4 ore

Quota d'iscrizione

Euro 100,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

COMUNICARE PER ESSERE PERSUASIVI ED EFFICACI

Nella vita di tutti i giorni e nel lavoro comunichiamo con gli altri: per convincere? Per informare? Per divertire? Per sedurre? Per far comprendere? Per allontanare? Per motivare? ...

Qualunque sia il nostro obiettivo, lo raggiungiamo?

Quante volte ci capita di dire delle cose giuste sbagliando il momento e le modalità, e di ottenere il risultato opposto alle nostre aspettative?

La competenza comunicativa è uno strumento personale e professionale fondamentale per la gestione delle relazioni e del proprio ruolo.

Progettare la comunicazione è il primo passo per costruire relazioni positive con gli altri e per poter esprimere appieno le proprie potenzialità.

In particolare, nell'esercizio del nostro lavoro, la comunicazione efficace consente di ridurre le conseguenze negative generate da una situazione critica e di aumentare i vantaggi di una situazione favorevole.

Sviluppare una comunicazione efficace è un apprendimento possibile oltre che una scelta strategica per sostenere e raggiungere i propri Obiettivi.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Agire la propria comunicazione con più consapevolezza
- Riconoscere gli ingredienti di una comunicazione efficace
- Progettare e gestire le proprie comunicazioni più efficacemente
- Utilizzare le tecniche per una comunicazione efficace

Destinatari

Il seminario si rivolge a tutti coloro che per motivi personali e professionali sono interessati a sviluppare le proprie competenze comunicative.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **La soggettività della comunicazione**
 - Il processo percettivo come strumento di conoscenza del mondo
 - La mappa non è il territorio
 - Riconoscere l'arco di distorsione
 - Le differenze tra descrizione, interpretazione e giudizio
 - Le interferenze, gli stereotipi ed i pregiudizi
- **Il processo di comunicazione**
 - Le comunicazioni ad una via e a due vie
 - L'importanza del contesto
 - Emittente e ricevente o emittente/ricevente?
- **Gli assiomi della comunicazione**
 - I cinque assiomi
 - L'applicazione pratica degli assiomi
- **La gestione del feedback**
 - La finestra di Johari
 - Saper dare e ricevere feedback
- **La progettazione della comunicazione**

Individuazione degli Obiettivi, dei contenuti e dei Destinatari

- Scegliere il momento ed il luogo opportuni
- La fase iniziale, intermedia e finale della comunicazione
- **Le comunicazioni aperte e le comunicazioni chiuse**
 - Comunicare per chiudere la relazione o per aprirla
 - Riconoscere le comunicazioni conflittuali
 - Individuare le opzioni risolutive del conflitto relazionale

- **Le posizioni esistenziali e le ruolizzazioni**
 - Alcuni cenni di analisi transazionale
 - La percezione di sé e dell'altro
 - I giochi psicologici

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti.

Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

COMUNICAZIONE COMMERCIALE PER IL MONDO WELLNESS

Edizioni

Sono previste 10 edizioni nelle città di Milano, Bologna, Ferrara, Roma, Modena.

Obiettivi

Strategie, tecniche e strumenti per creare relazioni proficue, essere e risultare gradevoli e autorevoli, infondere fiducia e rispetto, fidelizzare e acquisire nuovi clienti, accrescere la capacità di negoziazione e migliorare la comunicazione interpersonale.

Destinatari

Il corso si rivolge a operatori del mondo fitness e personale di organizzazioni ed aziende interessate al mondo wellness.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma e contenuti del corso

- Predisporre all'ascolto attivo: Conoscere l'interlocutore, il collega, il cliente.
- Imparare a formulare domande: Capire le esigenze, non subire o imporre ma guidare la relazione.
- Creare empatia e fiducia nella relazione interpersonale: Ethos, pathos, logos.
- L'arte della persuasione: diventare gradevoli e autorevoli
- Le 3 regole d'oro della comunicazione verbale: velocità, immagine, suono.
- Comunicare efficacemente: face-to-face, via telefono, via mail.
- La voce come strumento di comunicazione: La voce genera emozioni. I 4 colori della voce. L'utilizzo corretto della voce per infondere fiducia e rispetto.

"La competenza tecnica ti fa stare nel gioco, la comunicazione ti fa vincere il gioco".

Comunicare significa creare e trasferire valore. Comunicare significa saper ascoltare, porre le domande nel modo giusto, parlare nel momento giusto, suscitare interesse, alimentare l'empatia. Comunicare bene vuol dire riuscire a presentare e vendere un prodotto o un servizio. Comunicare vuol dire riuscire a presentare al meglio se stessi. Comunicare efficacemente ci consente di raggiungere un obiettivo, di chiudere un contratto, di guadagnare la fiducia e il rispetto del nostro interlocutore. Comunicare correttamente ci fa risparmiare tempo, energie e soprattutto limita e previene fraintendimenti, equivoci e conflitti. Comunicare bene vuole dire essere e risultare credibili. Comunicare in modo adeguato è fondamentale per guidare un team, per motivare e valorizzare le persone che vivono o collaborano con noi. Aiuta ad accrescere e migliorare la capacità di relazionarsi con gli altri.

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici, il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time.

Quota d'iscrizione

Euro 2.000,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA PIANIFICAZIONE COMMERCIALE NEL MONDO WELLNESS

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano, Bologna, Ferrara, Roma, Modena.

Obiettivi

Individuare le principali fonti del fatturato, pianificarle, monitorarle e valorizzarle. Individuare fonti alternative del fatturato, creare dei test di produttività e inserirli nel contesto principale. Analisi dei principali strumenti di Business Intelligence e Customer Relationship Management.

Destinatari

Il corso si rivolge a titolari o gestori del mondo fitness e wellness.
Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma e contenuti del corso

- La gestione dei clienti rinnovo
- La gestione dei nuovi clienti
- Preparazione della modulistica di reporting quotidiano
- Scelta dei dati da monitorare
- Esempi di percorsi referall
- Esempi di operazioni sulla categoria ex-clienti

Pianificare le operazioni di raggiungimento dei risultati attesi di una organizzazione è quanto di più etico una realtà produttiva possa esprimere. Il mantenimento di un conto economico sano, costante e non improvvisato, rende una realtà sicura per se stessa e per i propri collaboratori, ancor più in un periodo come questo. Operare quotidianamente eliminando il più possibile l'improvvisazione, dotandosi di strumenti di analisi, monitoraggio e reporting, porta il gestore a valorizzare nel tempo un approccio attivo e positivo a scapito del pessimismo e della lamentela.

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici, il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time.

Quota d'iscrizione

Euro 2.000,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

CORSO DI COMUNICAZIONE COMMERCIALE

per accrescere la capacità di comunicare efficacemente

Strategie, tecniche e strumenti per creare relazioni proficue, essere e risultare gradevoli e autorevoli, infondere fiducia e rispetto, fidelizzare e acquisire nuovi clienti, accrescere la capacità di negoziazione e migliorare la comunicazione interpersonale.

Edizioni

Sono previste 10 edizioni nelle città di Milano, Varese, Lecco, Monza, Como, Sondrio, Bologna e Roma.

Destinatari

Il corso si rivolge a coloro che lavorano a stretto contatto con colleghi, collaboratori e clienti.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma e contenuti del corso

- Predisporre all'ascolto attivo: Conoscere l'interlocutore, il collega, il cliente.
- Imparare a formulare domande: Capire le esigenze, non subire o imporre ma guidare la relazione.
- Creare empatia e fiducia nella relazione interpersonale: Ethos, pathos, logos.
- L'arte della persuasione: diventare gradevoli e autorevoli
- Le 3 regole d'oro della comunicazione verbale: velocità, immagine, suono.
- Comunicare efficacemente: face-to-face, via telefono, via mail.
- La voce come strumento di comunicazione: La voce genera emozioni. I 4 colori della voce. L'utilizzo corretto della voce per infondere fiducia e rispetto.

“La competenza tecnica ti fa stare nel gioco, la comunicazione ti fa vincere il gioco”.

Comunicare significa creare e trasferire valore. Comunicare significa saper ascoltare, porre le domande nel modo giusto, parlare nel momento giusto, suscitare interesse, alimentare l'empatia. Comunicare bene vuol dire riuscire a presentare e vendere un prodotto o un servizio. Comunicare vuol dire riuscire a presentare al meglio se stessi. Comunicare efficacemente ci consente di raggiungere un obiettivo, di chiudere un contratto, di guadagnare la fiducia e il rispetto del nostro interlocutore. Comunicare correttamente ci fa risparmiare tempo, energie e soprattutto limita e previene fraintendimenti, equivoci e conflitti. Comunicare bene vuole dire essere e risultare credibili. Comunicare in modo adeguato è fondamentale per guidare un team, per motivare e valorizzare le persone che vivono o collaborano con noi. Aiuta ad accrescere e migliorare la capacità di relazionarsi con gli altri.

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici, il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time.

Quota d'iscrizione

Euro 2.000,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

Area Sviluppo Capacità Manageriali

LA GESTIONE DELLE RIUNIONI

La capacità di gestire riunioni è un fattore indispensabile per assicurare il coordinamento e l'integrazione delle risorse professionali.

Spesso le riunioni si rivelano momenti di frustrazione per l'impressione di non arrivare a punti fermi, chiari, condivisi e concreti.

Il seminario rappresenta un'occasione per acquisire le tecniche di progettazione e di gestione delle riunioni in modo efficace, produttivo ed utile.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Agire un modello concettuale e comportamentale per la gestione delle riunioni
- Progettare riunioni
- Gestire riunioni in maniera efficace e produttiva
- Mantenere alta l'attenzione dei partecipanti
- Monitorare l'effetto ottenuto

Destinatari

Il seminario si rivolge a tutti coloro che, a vario titolo, hanno la responsabilità di gestire riunioni di lavoro. Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Tipologie di riunione**
 - o Considerare le riunioni come un investimento
 - o Riconoscere le diverse tipologie di riunione e adottare stili e strumenti funzionali a ciascuna
- **La progettazione**
 - o Perché e quando fare una riunione
 - o Non pensare solo alla riunione ma allo scopo da raggiungere
 - o Stabilire l'ordine del giorno e le priorità da affrontare
 - o Il materiale utile durante la riunione
 - o La pianificazione: dalla convocazione al congedo
- **La realizzazione**

L'importanza di presidiare gli Obiettivi

- o Come gestire le relazioni all'interno del gruppo
- o Saper stimolare l'attenzione dei partecipanti
- o Imparare a leggere i segnali deboli

La gestione del tempo in relazione agli Obiettivi e ai partecipanti

- o La verbalizzazione delle decisioni

- **La verifica**

- o Verificare la comprensione e/o il consenso
- o L'importanza di chiedere un feedback
- o Valutare le riunioni per assicurarne la produttività

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti.

Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA GESTIONE DEI GRUPPI DI LAVORO

Il lavoro di gruppo rappresenta un momento di fondamentale importanza per la gestione della complessità nelle organizzazioni.

Gestire gruppi di lavoro richiede attenzioni che ben esercitate permettono risultati di grande efficacia ed efficienza oltre che di soddisfazione per tutti i ruoli che compongono il gruppo.

Tuttavia l'efficacia e l'efficienza dei gruppi è condizionata dalla leadership di chi li coordina e li guida verso gli Obiettivi organizzativi ed istituzionali.

Pertanto, il seminario darà l'opportunità di acquisire una cultura orientata al lavoro in team, alla gestione delle risorse umane per Obiettivi, aumentando la consapevolezza del ruolo di leader.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Riconoscere gli ingredienti che fanno di un gruppo un gruppo di lavoro
- Agire la propria leadership con più consapevolezza
- Progettare e gestire il lavoro di un gruppo più efficacemente
- Utilizzare le tecniche per la gestione di un gruppo

Destinatari

Il seminario si rivolge a tutti coloro che, a vario titolo, hanno la responsabilità di coordinare e gestire gruppi di lavoro.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Che cosa è un gruppo**
 - o Le caratteristiche di un gruppo
 - o Le diverse tipologie di gruppi in relazione al tempo ed allo spazio
 - **Come un gruppo si trasforma in gruppo di lavoro**
 - o Il gruppo spontaneo e amicale
 - o Le caratteristiche e condizioni per un gruppo di lavoro
 - o Le condizioni che permettono il lavoro di gruppo
 - **Le variabili che strutturano un gruppo di lavoro**
 - o La necessità dell'obiettivo
 - o I ruoli che le persone esprimono all'interno di un gruppo
 - o La comunicazione funzionale al lavoro del gruppo
 - **Lavorare in gruppo**
 - o Il rapporto tra le soggettività
 - o Il possibile equilibrio tra il singolo ed il gruppo
 - o I bisogni che le persone cercano di soddisfare all'interno di un gruppo di lavoro
 - o Le condizioni che permettono al singolo di sviluppare appartenenza al gruppo
 - **Il ruolo del leader**
 - o Il leader come guida e collante dei membri del gruppo
- Il presidio degli Obiettivi e la gestione delle relazioni
- o Le tecniche per la gestione di un gruppo di lavoro

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti.

Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA PRESENTAZIONE EFFICACE

Parlare per sé o parlare per gli altri? La risposta in teoria è facile, ma non è altrettanto facile, nella realtà, riuscire a farsi capire dai nostri interlocutori, che sia al lavoro, a scuola o anche in famiglia, a interessarli e, quindi, a non annoiarli. Oggi l'arte di parlare bene in pubblico è un elemento molto importante per avere successo e per guadagnare credibilità. Come fare per farsi ascoltare in modo attento e coinvolto? Come fare per non cadere vittime dell'ansia e riuscire invece a veicolare con chiarezza e precisione il proprio messaggio al pubblico? La conoscenza dell'argomento è certamente importante ma da sola non basta. Saper strutturare il discorso, conoscere la tipologia dell'uditorio a cui ci stiamo rivolgendo, utilizzare lo stile di comunicazione più appropriato, sono gli ingredienti fondamentali del nostro successo. Il seminario, perciò, offrirà nelle due giornate di lavoro i suggerimenti e le tecniche necessari per ottenere più partecipazione, per mandare a segno il nostro messaggio e farsi ricordare.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:
- Preparare un discorso di successo
- Scegliere lo stile di comunicazione più adeguato
- Gestire la presentazione efficace
- Saper affrontare obiezioni e interruzioni
- Preparare e gestire i supporti visivi (slides, diapositive, film,)
- Mandare a segno il messaggio e farsi ricordare

Destinatari

Il seminario si rivolge a tutti coloro che per motivi professionali o personali svolgono attività che li portano a relazionarsi con un pubblico, in occasione di convegni, convention, riunioni ecc.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

La presentazione efficace: la chiarezza degli Obiettivi e le aspettative del pubblico

- o Le regole fondamentali del processo di comunicazione
- o Cosa fare prima della presentazione: definire lo scopo, individuare le caratteristiche del pubblico, preparare la presentazione e il materiale di supporto, predisporre il luogo
- o Il messaggio che si vuole inviare
- o Tenere presente le aspettative e i bisogni del pubblico
- **Scegliere gli argomenti e strutturare la presentazione**
 - o Differenti tipi di discorso
 - o Preparare una presentazione: da dove cominciare?
 - o La ricerca delle argomentazioni
 - o La gestione del tempo: vincolo o...?
 - o Tecniche per ricordare il discorso e esporre con naturalezza
- **L'apertura del discorso e la prima impressione favorevole**
 - o Come si inizia a parlare in pubblico
 - o E se è la prima volta?
 - o Iniziare brillantemente per catturare l'attenzione e "rompere il ghiaccio"
 - o Interagire con i presenti
- **Adattare il proprio stile di comunicazione e mantenere vivo l'interesse del pubblico**
 - o La curva dell'attenzione del pubblico
 - o Creare un rapporto con chi ascolta
 - o Il tipo di linguaggio da utilizzare
 - o Focalizzare i punti chiave
- **I gesti, il movimento e la voce: l'importanza della comunicazione paraverbale e non verbale**

- Come mantenere vivo l'interesse tramite l'uso corretto della voce: ritmo, volume e velocità
- I movimenti del corpo e la gestione dello spazio
- Coinvolgere tutti attraverso il contatto con gli occhi
- **Preparare e gestire i supporti visivi**
 - Rafforzare i messaggi e rendere più chiara la comunicazione tramite l'uso dei mezzi di supporto visivi
 - Scegliere e realizzare i supporti visivi più idonei
 - Come gestirli
- **Le emozioni: riconoscerle e utilizzarle a proprio vantaggio**
 - Il pubblico: alleato o nemico?
 - L'origine dell'ansia: quali bisogni e quali preoccupazioni la sostengono
 - Acquisire sicurezza

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

1 giorno full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 300,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 200,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 130,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA LEADERSHIP SITUAZIONALE E GLI STILI DI GUIDA

L'aspetto più innovativo della teoria della leadership Situazionale elaborata da Hersey e Blanchard negli anni '70, è di aver superato gli schematismi affermando che non esiste un solo stile di leadership che sia coerente alle diverse possibili situazioni ma, al contrario, lo stile deve essere scelto nelle diverse situazioni che il capo si trova a gestire. L'utilizzo di uno stile di leadership appropriato al contesto consente di orientare il gruppo al raggiungimento degli Obiettivi, motivare le risorse, ottimizzare i tempi di lavoro, monitorare in maniera efficiente le diverse fasi di un progetto aumentandone le probabilità di successo. Lo stile di leadership deve tener conto, inoltre, della duplice dimensione del compito e della relazione per essere il più adatto a creare un clima di lavoro efficiente e a ottenere la collaborazione. Il "nucleo" della Leadership Situazionale è una visione sistemica del rapporto capo-collaboratore, nel quale il comportamento dell'uno è influenzato dal comportamento dell'altro e allo stesso tempo lo influenza, in relazione anche alle caratteristiche del contesto nel quale si sviluppa la relazione.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:
- Riconoscere il proprio stile di leadership
- Analizzare le diverse situazioni e scegliere lo stile più adeguato
- Riconoscere i diversi stadi di sviluppo dei collaboratori
- Orientare il collaboratore e il gruppo al raggiungimento degli Obiettivi
- Motivare i collaboratori
- Utilizzare i migliori strumenti per comunicare efficacemente

Destinatari

Il corso si rivolge ai Responsabili aziendali e a chiunque abbia la responsabilità di guidare un gruppo di lavoro o singoli collaboratori verso gli Obiettivi organizzativi.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Il corso si propone di affrontare e sviluppare temi legati alla funzione di leader all'interno dei gruppi e delle organizzazioni

- **Definizione di leadership**

Guidare i collaboratori verso gli Obiettivi

- o Il leader come facilitatore della relazione e come punto focale del compito
- **Prendere consapevolezza del proprio stile di leadership**
 - o I punti forti e i punti deboli del proprio stile
 - o I rischi derivanti dall'uso prevalente di uno stile fondamentale
- **I comportamenti che modulano lo stile di leadership secondo il modello della leadership situazionale**
 - o Il comportamento direttivo
 - o Il comportamento di sostegno relazionale
 - o La flessibilità come caratteristica del leader
 - o Spiegare, indirizzare, ascoltare e sostenere
- **Come analizzare e definire le situazioni**
 - o I diversi stadi di sviluppo professionale dei collaboratori
 - o Il livello di competenze e le capacità necessarie per svolgere un lavoro
 - o Disponibilità ad assumersi le responsabilità che ne derivano

Fissarsi Obiettivi ambiziosi e raggiungibili

- **Quali sono i comportamenti e gli stili più coerenti**
 - o La coerenza tra maturità dei collaboratori e stile di leadership
 - o Il supporto e l'aiuto per ciò che riguarda il contenuto del lavoro e il comportamento di relazione

- Rassicurare, dare fiducia nelle proprie capacità, agevolare l'assunzione di decisioni da parte del collaboratore

- **Il processo di delega**

- L'autonomia del collaboratore
- Come attuare una delega efficace

Fissare gli Obiettivi all'interno delle linee di riferimento generali

- Controllare il processo di delega

- **La motivazione dei collaboratori**

- Gli elementi della motivazione
- Motivare e coinvolgere
- Il colloquio di motivazione

Tenere sotto controllo nel tempo gli Obiettivi strategici dell'azienda

- **I gruppi di lavoro**

- Definizione di gruppo
- Il livello di competenza del team di lavoro
- Guidare il team con efficacia

Metodologia Didattica

La metodologia utilizzata prevede l'alternarsi di momenti teorici e pratici (role playing, questionari di autovalutazione, esercitazioni e proiezione audiovisivi) per consentire ai partecipanti di sperimentare direttamente i processi comunicativi che sono oggetto di studio.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA LEADERSHIP EFFICACE

La Leadership è un insieme di capacità e di competenze che trovano espressione nella relazione con le persone e con i team, nella comprensione dell'ambiente e del contesto, nella definizione di strategie di azione e di comportamenti che permettono di gestire le risorse e di guidarle verso i risultati attesi. Complemento delle attitudini di Leadership sono la capacità di motivare i propri collaboratori e di stimolarne il senso di appartenenza ad un gruppo e ad un'azienda; l'abilità nel delegare compiti valorizzando le competenze di ognuno mobilitandone le energie verso gli Obiettivi dell'organizzazione; la capacità di comunicare con autorevolezza e in maniera assertiva, rappresentando un punto di riferimento certo per i propri collaboratori e colleghi. Il corso ha l'obiettivo di fornire un'occasione per prendere consapevolezza e verificare il proprio stile di esercizio dell'autorità, confrontandolo con le competenze che fanno di un Capo un vero Leader.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Definire il ruolo del capo intermedio all'interno del sistema aziendale
- Prendere consapevolezza, attraverso una serie di test di autodiagnosi, del proprio stile di leadership
- Individuare e sviluppare le competenze strategiche, relazionali ed operative che il leader deve possedere
- Comprendere come motivare e responsabilizzare, attraverso una delega efficace, i collaboratori
- Approfondire le tecniche di misurazione e controllo delle performance produttive del proprio team
- Apprendere e potenziare le competenze comportamentali per la conduzione di gruppi formalizzati
- Utilizzare i migliori strumenti per una comunicazione efficace tra capo e collaboratore

Destinatari

Quadri intermedi e Dirigenti e tutti coloro che si trovano a dover creare una squadra, stimolare e comunicare la vision aziendale, raggiungere risultati attraverso la propria autonomia decisionale e la delega nei confronti dei collaboratori.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Il ruolo del Capo Intermedio all'interno dell'azienda**

- o La definizione organizzativa del ruolo di Capo

Le caratteristiche che definiscono il ruolo: responsabilità ed Obiettivi connessi alla propria posizione nel sistema aziendale

- o Il Capo Intermedio come "agente" di trasmissione della vision e della mission aziendale ai propri collaboratori
- **Prendere consapevolezza del proprio stile**
 - o Sviluppare una diagnosi degli stili di Leadership
 - o Analizzare i risultati della diagnosi, i punti di forza e di debolezza del proprio stile
 - o I modelli di leadership: lo stile più adatto alla propria realtà aziendale
- **La leadership efficace**
 - o Come costruire il proprio profilo di leader
 - o La figura del leader come punto di riferimento dei propri collaboratori
 - o La leadership: aspetti e approcci comportamentali
 - o Gli elementi fondamentali per costruire la propria leadership
 - o La leadership accentrata sul capo/manager e distribuita nel gruppo
- **Le competenze del leader: tipologie e finalità**
 - o Le competenze strategiche (diagnosticare, decidere, innovare)
 - o Le competenze relazionali (comunicare, motivare, interagire)

Le competenze operative (Programmazione, gestione, delegare)

- **La motivazione dei propri collaboratori**
 - o Le leve motivazionali: efficacia attesa e realtà aziendale

- Creare soddisfazione per stimolare motivazione ed efficienza nei collaboratori: la motivazione di bisogno e la motivazione d'interesse
- Il Capo intermedio come agente di motivazione
- La partecipazione alle decisioni e alle attività come strumento per ottenere l'eccellenza nella motivazione

- **I processi di delega per lo sviluppo dei propri collaboratori**

- Attuare una delega corretta ed efficace
- Gli ostacoli che ritardano o inibiscono i processi di delega
- Le vie di controllo della delega

Il processo di controllo degli Obiettivi e compiti assegnati

- **La comunicazione Capo/collaboratore**

- La comunicazione e le sue tecniche: conoscere e apprendere a sviluppare il proprio stile comunicativo
- Le competenze di leadership in ottica di autorevolezza
- Capire gli stili comunicativi degli altri: autopercezione ed etero percezione
- Il feed-back positivo e negativo: conoscere e utilizzare uno strumento necessario per la comunicazione Capo/collaboratore

- **La gestione del colloquio con i propri collaboratori**

- Le diverse tipologie di colloquio: di valutazione, di delega, di critica
- Come gestire il colloquio one-to-one
- Le condizioni propedeutiche alla gestione del colloquio
- L'utilità delle tecniche di conduzione del colloquio
- Preparazione del colloquio
- La resistenza dell'interlocutore: il "problema" del Capo
- L'ascolto attivo e la tecnica della "riformulazione": utilità, regole e risultato

Metodologia Didattica

I docenti proporranno diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA DELEGA

Il fabbisogno organizzativo di delega esprime la necessità di un processo di decentramento decisionale. L'oggetto di riferimento della delega è sempre la presa di decisioni e non la semplice realizzazione di una o più attività.

Il cambiamento di responsabilità del delegante è spesso caratterizzato dalla necessità di operare una riduzione del coinvolgimento nelle decisioni più operative, anche critiche, per affrontare problemi emergenti e caratterizzanti il momento storico della vita dell'azienda

A fronte di questi nuovi fabbisogni il delegante dovrà probabilmente mettere in discussione le competenze fino a lì maturate e innescare un cambiamento nel modo di ricoprire il proprio ruolo.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Destinatari

Il corso è destinato a manager e capi che hanno responsabilità di gestione di un gruppo di persone.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Obiettivi

Aiutare i partecipanti a migliorare l'uso della delega, favorendone l'impiego sistematico per fini organizzativi e per il miglioramento della qualità della vita.

Programma

- Brain storming sul ruolo del Capo
- Esercitazione: Le leve gestionali
- Cosa ci si aspetta da un Manager
- Le competenze da sviluppare: strategiche, relazionali, operative
- Definizione di delega
- Abilità richieste
- Scuse per non delegare
- Le resistenze alla delega
- Esercitazione su esperienze di delega (1° parte individuale)
- Esercitazione su esperienze di delega (2° parte di gruppo)
- Vantaggi della delega
- Esercitazione: Le favole di Esopo
- Come delegare
- Il feed back
- Debriefing finale

Metodologia Didattica

I docenti proporranno diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

Il corso ha una durata di 8 ore, dalle 9.30 alle 18.30.

Quota d'iscrizione

Euro 550,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 450,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 200,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

NEGOZIARE CON SUCCESSO

Una breve storia per incominciare

E' una bella giornata d'estate e il ragazzino sta camminando lungo la via. Ha in tasca una mela, grossa e bella ed è così rossa e succosa che gli fa venire l'acquolina in bocca. Ma ecco che improvvisamente vede il suo amico venire verso di lui e rapidamente pensa a cosa fare. Vuole mangiare la sua succosa mela ma, allo stesso tempo, non riesce a immaginarsi a mangiarla di fronte al suo amico. "Beh... forse potrei fare a metà con lui" pensa, e a questo punto decide. Quando si trova di fronte all'amico, estrae dalla tasca la mela e il suo coltellino tascabile e dice "Ciao, vuoi un po' di mela?" L'amico si illumina e gli risponde "Sì!" Porgendogli mela e coltello, il ragazzino dice all'amico "Tu tagli, io scelgo". I rapporti di cooperazione sono come questo e come questo si basano sull'accordo. La negoziazione presuppone una diversità di opinioni, atteggiamenti e convinzioni in coloro che la attuano. Sono queste differenze che costituiscono la sostanza del processo di negoziazione. Molto spesso, la negoziazione è considerata il rapporto antagonista nel quale due o più parti cercano di ottenere il massimo possibile l'una dall'altra. Nel contesto dei rapporti di cooperazione, invece, la negoziazione unifica le diverse parti allo scopo di ottenere un risultato superiore a quello che una parte da sola potrebbe raggiungere.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine dei corsi i partecipanti saranno in grado di:

- Riconoscere le principali situazioni negoziali
- Individuare gli Obiettivi e i bisogni dell'altra parte coinvolta
- Riconoscere i personali stili di negoziazione
- Agire i comportamenti più adeguati alle diverse situazioni negoziali
- Verificare quanto e come le abilità negoziali sono in relazione alle competenze di comunicazione e alla capacità di stabilire legami

Destinatari

Quadri intermedi e Dirigenti che, per la loro funzione e posizione, utilizzano la negoziazione come strumento di lavoro.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Le situazioni negoziali e i "confini" della negoziazione**
 - o Le condizioni essenziali perché ci sia negoziazione
 - o Non tutte le situazioni sono gestibili attraverso una negoziazione
 - o La negoziazione è un "gioco" a somma diversa da zero
- **Dalla competizione alla cooperazione:**
 - o Raggiungere il massimo vantaggio reciproco insieme
 - o Considerare gli interessi delle persone coinvolte nella negoziazione
- **Gli elementi chiave e il quadro d'accordo della negoziazione**

Convergenza e divergenza degli Obiettivi

- o Il livello di consenso, di dissenso e i conflitti esistenti
- o Strategie e stili di negoziazione
- **Negoziare per conciliare gli interessi**
 - o Risalire dalle posizioni agli interessi
 - o Sottolineare la forza degli interessi condivisi e compatibili
- **Le intenzioni positive delle parti coinvolte**
 - o Separare il "problema" dalle persone
 - o Riconoscere che dietro le considerazioni individuali e le obiezioni ci sono intenzioni positive
 - o Accettarle per creare le basi dell'accordo
- **Negoziare all'interno del quadro d'accordo**
 - o I fattori da prendere in considerazione per giungere a una decisione
 - o Trovare le soluzioni soddisfacenti per ciascuna parte

- **Giungere all'accordo: un investimento verso il futuro**
 - Rafforzare il processo e confermarne la validità
 - La prima azione da compiere
- **Leggere il processo in senso sistemico**
 - L'importanza di porre attenzione alla trattativa nel suo complesso
 - La flessibilità e il controllo dei singoli comportamenti
- **Gli stili di comunicazione e di negoziazione più efficaci**
 - L'ascolto attivo e il feed back
 - L'uso della parafrasi
 - La comunicazione non verbale
 - La verifica dei personali stili di negoziazione
- **Le emozioni in gioco**
 - Legittimare i punti di vista e gli stati d'animo

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

GESTIRE COLLOQUI DI ORIENTAMENTO

I recenti sviluppi di una politica di intervento nell'area dei processi di transizione al lavoro stanno facendo crescere l'attenzione nell'ambito dell'orientamento. La maggior sensibilità nei confronti dell'azione orientativa è legata, oltre che ad un incremento e a una diversificazione dei bisogni espressi da varie categorie di utenza, anche ad un aumento di opportunità strategiche sul piano dei finanziamenti

Il contesto attuale - caratterizzato da un'elevata instabilità e complessità (conseguenti ai rapidi ed accelerati mutamenti del mercato del lavoro e della struttura delle professioni), dai nuovi elementi di carattere normativo e da nuovi processi, come quello relativo all'autonomia scolastica o alla diffusione delle agenzie di orientamento - obbliga tutti coloro che si occupano, o si vorrebbero occupare di counseling, ad approfondire la propria competenza per rendere efficace lo strumento del colloquio di orientamento. Il seminario sul counseling orientativo, mira a definire l'area di intervento del counselor e a sviluppare le competenze nella gestione dei colloqui sia individuali che di gruppo, fornendo stimoli per una riflessione di scenario sul counseling, ma anche suggerimenti pratici e tecniche concrete per rapportarsi al cliente con efficacia e per raggiungere gli Obiettivi specifici della relazione d'aiuto.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Riconoscere le caratteristiche del counseling di orientamento
- Gestire efficacemente un colloquio di counseling
- Applicare modelli, metodologie e tecniche per l'analisi dei diversi elementi soggettivi e di contesto che influenzano la scelta
- Ascoltare attivamente, mettendo al centro della relazione l'utente
- Mobilitare e coinvolgere l'utente verso processi di scelta consapevole

Facilitare nell'utente l'identificazione delle alternative di azione e la definizione di Obiettivi e progetti realistici, verificabili e completi

Destinatari

Il seminario si rivolge a tutti coloro che per motivi professionali siano interessati a supportare le proprie competenze nella gestione dei colloqui di counseling orientativo, all'interno di diversi contesti (centri di formazione professionale, centri per l'impiego, centri lavoro, scuole, ecc.,)

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Approcci e modelli al counseling orientativo**
 - La consulenza tratto-fattore
 - La consulenza psico dinamica
 - La consulenza di tipo comportamentista
 - La consulenza centrata sulla teoria dello sviluppo vocazionale
- **Il modello di Limoges**
 - Un approccio formativo all'orientamento
 - Apprendere a scegliere
- **Analisi delle competenze del counselor**
 - Cos'è il counseling orientativo
 - Il setting del colloquio
 - Le fasi del colloquio
 - La comunicazione
- **La relazione di aiuto**
 - L'ascolto attivo
 - Le cornici
 - La consulenza che mette al centro l'utente
- **Le tecniche di counseling**
 - La gestione efficace del colloquio individuale
 - La gestione efficace del colloquio di gruppo

- La riformulazione
- Le metafore
- La ristrutturazione
- Domande aperte e chiuse
- **La progettazione dei percorsi di orientamento**
 - La logica degli strumenti di orientamento
 - La creazione e la scelta degli strumenti di orientamento

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti.

Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

COMUNICARE CON IL TEATRO

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Riconoscere le barriere che impediscono di ascoltare l'altro ed entrare in empatia.
- Avere consapevolezza di sé nel rapporto con gli altri, individuando i propri punti di forza e di miglioramento.
- Progettare e gestire l'azione comunicativa in modo coerente rispetto ai propri Obiettivi comunicativi e gestionali.
- Gestire lo spazio come mezzo di comunicazione.
- Riconoscere e utilizzare i diversi canali della comunicazione, verbale e non verbale.
- Riconoscere gli stili di comportamento degli altri ed ottimizzare le interazioni interpersonali.
- Entrare in sintonia, adattarsi e sviluppare strategie di comunicazione che consentano di convivere con colleghi e clienti diversi da noi o addirittura "difficili" .
- Potenziare il riconoscimento e l'adeguamento al ruolo.
- Sviluppare il senso di adattamento e flessibilità alle diverse situazioni.
- Potenziare la rapidità nel prendere decisioni e nel rispondere adeguatamente all'evento e stimolare la prontezza nell'affrontare gli imprevisti in modo creativo.
- Stimolare il lavoro di equipe

Destinatari

Sales Manager, Accounts, Key Account.

Sintesi del corso

Questo percorso formativo, basato su tecniche di derivazione prettamente teatrale, è mirato a sviluppare le attitudini personali -rafforzando in modo strutturato le proprie motivazioni- e a migliorare le proprie dinamiche relazionali- rendendo più efficace il personale stile comunicativo con clienti e colleghi-.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 10.

Programma

- Esercizi di approccio e formazione del gruppo
- Esercizi di ascolto e percezione di sé e dell'altro
- Esercizi di relazione di Improvvisazioni teatrali:
- Tecniche di improvvisazione per sviluppare la flessibilità e la capacità di gestire gli imprevisti e le obiezioni del cliente..
- Esercizi d'Improvvisazione per entrare in sintonia con il cliente
- Simulazioni di situazioni tipo

Metodologia

Attività ludico didattica su base esperienziale

Tecniche di base della comunicazione teatrale

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

Numero di incontri: 20 incontri bisettimanali

Durata del singolo incontro: 1 h ½

Quota d'iscrizione

Euro 2.300,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

ALLA SCOPERTA DEL PROPRIO STILE PERSONALE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Valorizzare ed elevare il livello di motivazione del personale

Offrire uno spazio per riflettere sugli elementi che concorrono a creare una performance professionale eccellente

Rafforzare lo spirito di squadra per essere una squadra vincente anche al lavoro

Scoprire: "In che ruolo giochi?". Alla scoperta dello stile personale di lavoro (punti di forza ed aree di miglioramento)

Identificare per ciascuno gli elementi di una performance eccellente

Destinatari

Titolari d'azienda - Responsabili commerciali e marketing – Manager e quadri di qualunque funzione aziendale.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

La giornata di formazione verrà supportata da una preliminare analisi delle competenze possedute e da sviluppare dei singoli partecipanti, attraverso la somministrazione di uno strumento certificato (assessment). Tale strumento diagnostico permette di riconoscere le preferenze comportamentali e le motivazioni necessarie per un'ottimale resa lavorativa o per rivestire un determinato ruolo professionale; consente di delineare lo stile di base della persona e l'effetto che gli altri hanno sul comportamento. Permette di stendere un profilo comunicazionale-comportamentale della persona offrendo spunti per identificare le sue modalità comunicative, la sua tipologia comportamentale e le sue caratteristiche comportamentali.

Questo percorso ha lo scopo di rendere cosciente di se stesso il Partecipante e, comprendendo meglio altri, migliorare la propria performance e il proprio contributo al lavoro. L'assessment, della durata di circa 20 minuti al massimo, da fare presso il proprio ufficio, restituirà al singolo partecipante un profilo che lo aiuterà a comprendere quali tratti lo contraddistinguono e di conseguenza poter valutare che stile ha di vendita, di comunicazione, di management, di leadership, rispetto alla focalizzazione sugli obiettivi, all'attenzione al dettaglio, ai timori e alle leve motivazionali, ecc.

Nel dettaglio, il progetto prevede 3 fasi :

1. Somministrazione dello strumento certificato, (15-20 min per ogni partecipante on line, qualche giorno precedente alla data del corso).

Ogni partecipante al programma dovrà rispondere on-line ad una serie di domande (15 minuti circa) che porteranno alla definizione del suo profilo e della sua analisi di dettaglio (dalle 15 alle 30 pagine). L'analisi di dettaglio sarà accompagnata da un grafico, che identificherà il profilo del partecipante.

2. Mezza giornata d'aula (mattina)

Alla scoperta del proprio stile personale di lavoro

- Le basi scientifiche dello strumento certificato
- I 4 tipi base e tutti gli altri!
- Conoscere meglio se stessi e imparare a conoscere gli altri
- la percezione che abbiamo di noi: come vedo me stesso, come mi vedono gli altri
- Imparare a "leggere" chi mi sta di fronte
- Interessi personali, atteggiamenti e valori
- Dove nasce e come migliorare la nostra performance

3. Mezza giornata d'aula (pomeriggio)

- La conoscenza
- Sapere/Essere/Saper fare/Divenire
- Il mare della tranquillità e il mare dell'agitazione
- I fondamentali del Marketing Operativo

- Il raggiungimento di un Obiettivo
 - Gestione del tempo (cenni)
 - I tre livelli di pianificazione
 - Cosa vuol dire dare fiducia o non dare fiducia?
- Esercitazione: Quattro personalità sotto stress (“Comunicare con.....”)
- Fatti-Opinioni-Sentimenti
 - Triangolo delle tre variabili incociliabili

Metodologia

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

1 giorno full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 700,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

IL MANDALA - COLORIAMO IL NOSTRO UNIVERSO

La Magia del cerchio e dei colori

“Un'attività a colori per colleghi non in bianco e nero”

Un pensiero orientale dice: "Se guardi da dove nasce il tutto, ritorni nel centro e puoi

trovare il centro di te stesso e l'armonia del mondo”

Il Mandala

In sanscrito (lingua indiana) il termine Mandala significa ruota o cerchio.

Il simbolo del Mandala viene ritenuto Universale considerando che è presente in varie culture e in diversi ambiti che vanno dalla psicologia (Carl Gustav Jung), alla filosofia, alla religione e all'arte.

Anche in natura si trovano spesso figure mandaliche, nei fiori, tra gli alberi e in cielo.

Il Mandala è un cerchio con all'interno delle figure geometriche quali, il triangolo, il punto, il cerchio e il quadrato. Solitamente sono queste le forme più utilizzate per creare un Mandala.

Finito il Mandala i monaci tibetani lo distruggono, spazzando via la sabbia di cui è composto, questo per far comprendere che “ nulla è per sempre”. Secondo i Buddhisti il Mandala è il processo mediante il quale il cosmo si è formato dal suo centro, attraverso un articolato simbolismo consente una sorta di viaggio che permette di crescere interiormente.

Questo tipo di pratica viene utilizzata come strumento di meditazione e di visualizzazione, uno strumento Universale praticato da tutti e oggi inserito anche in ambito lavorativo.



Edizioni

Sono previste 2 edizioni nelle città di Milano.

Obiettivi

- Sollecitare la creatività, stimolare la curiosità e l'esplorazione
- Entrare in uno stato meditativo
- Trovare il proprio equilibrio, ascoltare i propri bisogni e desideri
- Star bene con se stessi e con gli altri
- Sperimentare i benefici dei colori e del Mandala
- Conoscere materiali e tecniche diverse per la sua realizzazione

Destinatari

Il corso, della durata di 8 ore, si rivolge agli adulti, per un numero massimo di 5/10 partecipanti a sessione. Il corso è aperto sia ai principianti che a coloro che sanno disegnare.

Programma

- Storia del Mandala e coloritura di Mandala prestampati scelti con cura dai partecipanti

La colorazione del Mandala sarà effettuata con la tecnica delle matite colorate.

Realizzazione e colorazione del proprio Mandala: In questa fase ogni partecipante realizzerà il proprio disegno su supporto cartaceo con la supervisione del Docente, la coloritura sarà effettuata con la tecnica delle matite colorate

- Condivisione dell'esperienza fatta con il Mandala e il colore

Benefici

Colorare il Mandala può aiutare a ridurre l'ansia e lo stress, ad imparare a gestire i confini e i limiti, a stare nel momento presente, a sperimentare la pace e l'armonia.. Aiuta a ritrovare il proprio centro,

accettare quello che siamo, imparare a riconoscere i propri limiti e ad affrontare le proprie paure ritrovando la gioia.

Questo tipo di pratica è stimolante per la creatività, favorisce il riconoscimento dei propri talenti e incoraggia a mettersi in gioco. Può inoltre favorire la concentrazione e l'ordine sperimentando il silenzio e sviluppando la pazienza.

Docente

Leila Tramballi ha una formazione artistica ed è appassionata di culture orientali.

Negli anni '90 incomincia ad occuparsi di guarigione olistica (reiki) continuando con la pratica dello yoga, per poi intraprendere lo studio e la pratica dell'Ayurveda attraverso la tecnica del massaggio.

Il concetto della filosofia Ayurvedica è quello di donare benessere e salute stabilendo un buon rapporto tra l'essere umano e la natura. In base a questo concetto l'uomo e la natura vengono considerati un tuttuno, e l'armonia dell'uomo non può prescindere dall'equilibrio della dell'Universo. Grazie alla passione del disegno e del colore si avvicina alla pratica del Mandala, di origine buddhista, che si avvale dello stesso principio.

La Docente ha esperienza sia nell'incontro individuale che nella conduzione del gruppo.

Quota d'iscrizione

Euro 100,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota di iscrizione prevede la partecipazione al corso e il materiale didattico (Mandala prestampati, matite colorate).

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

Logistica e durata

Gli incontri, 4 di 2 ore alla settimana, si terranno presso la nostra sede di Via Larga 8, Milano.

Location: Spazio luminoso con tavoli e sedie e con la possibilità di lavorare anche a terra.

Materiale: Mandala prestampati su fogli A4, matite colorate, fogli fabriano F4 semiruvidi, matita da disegno 2b, gomma.

Area Sviluppo Competenze Specialistiche

MOBBING, STRAINING, STALKING E MOLESTIE SESSUALI SUL LUOGO DI LAVORO: ASPETTI GIURIDICI UTILI ALLA PREVENZIONE E ALLA GESTIONE IN AMBITO AZIENDALE

Come si può prevenire, affrontare e gestire i casi di conflittualità lavorativa nella realtà aziendale?
Quali sono i doveri e le responsabilità del datore di lavoro in quest'ambito?

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Offrire al datore di lavoro un quadro utile per riconoscere e prevenire i casi di conflittualità organizzativa, evitando di incorrere nelle responsabilità di natura risarcitoria e sanzionatoria.

Destinatari

Il corso si rivolge ai Responsabili e Specialisti Relazioni Industriali, Responsabili Contenzioso del lavoro, Responsabili Risorse Umane e del Personale di Staff e di Stabilimento, Responsabili Ufficio Legale. Il corso si rivolge anche al pubblico impiego (dirigenti, direzione del personale, enti locali etc.).
Numero di partecipanti: da un minimo di 4 a un massimo di 12.

Programma

- Quando si può parlare di mobbing, straining, stalking e molestie sessuali sul luogo di lavoro
- Analisi della tematica dal punto di vista giuslavoristico: disciplina ed evoluzione della giurisprudenza
- Esame del profilo penale della conflittualità organizzativa: le ipotesi di reato emergenti, relativa disciplina e giurisprudenza
- Conflittualità organizzativa e responsabilità degli enti ex d.lgs. n. 231/2001
- Elementi di diritto comparato: punti di divergenza e punti di contatto
- Analisi e commento di casi pratici

Metodologia Didattica

Il docente proporrà casi concreti, in alternanza a momenti di lezione interattiva.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

Il corso ha una durata di 8 ore, dalle 9.30 alle 18.00.

Quota d'iscrizione

Euro 550,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 450,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

FONDAMENTI di PM

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Il corso prevede 2 moduli della durata complessiva di 3 giornate.

MODULO 1 - Metodologie di pianificazione, tempi e costi di progetto

Obiettivi

Il piano di progetto è un lavoro corale: il corso si prefigge di mettere in grado i partecipanti di contribuire attivamente a, o direttamente produrre, un piano di progetto redatto secondo gli **standard internazionali** di settore (linee guida del PMBoK® del PMI®).

I partecipanti al termine del corso avranno già sviluppato un **proprio piano di progetto** secondo le tecniche e i template proposti nel corso.

Destinatari

Ruoli: Project Manager, Project Leader, Capi progetto, responsabili di team o di commessa, membri del gruppo di progetto – chiunque partecipi con il PM alla pianificazione del progetto o di attività che ne fanno parte.

Funzioni: R&D, Engineering, Project Management Office (PMO)

E' un corso fortemente indicato a tutti gli attori del progetto, ad esempio a tutto il team di commessa.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Gli standard internazionale di Project Management del PMI: A guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBoK) e il PRINCE2®
- Il ciclo di vita della gestione del progetto
- Definire come pianificare il progetto (Project Management Plan)
- Sviluppare il Business Case
- Definire l'ambito (Scope) di progetto
- Elencare i risultati (deliverable) di progetto
- Creare la PBS/WBS, Work Breakdown Structure e Activity list
- Definire le risorse umane necessarie al progetto (Human Resource Plan)
- Stimare le risorse (quantità) e i costi delle attività (Effort/Cost Matrix)
- Sequenzializzare le attività (PERT/CPM)
- Sviluppare la schedulazione, milestone, calendario delle attività
- Completare il piano di progetto

Durata

2 giornate full time

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

MODULO 2 - Controllo e reporting di progetto

Obiettivi

Ruoli: Project Manager, Project Leader, Capi progetto, responsabili di team o di commessa – chiunque partecipi con il PM al controllo del progetto e sia interessato alla valutazione del suo stato di avanzamento.

Funzioni: R&D, Engineering, Project Management Office (PMO), Project Controller.

Questo corso, diversamente dal modulo 1, potrebbe essere limitato ai soli gestori del progetto (Project Management team), ovvero PM e Team Leader, e al Controllo di Gestione.

Destinatari

Comprendere e potere utilizzare tutti gli strumenti a disposizione del gruppo di progetto per **misurare** lo stato del progetto (tempi, costi), anticipare le tendenze in atto e se necessario proporre alla committenza le opportune azioni correttive.

Compiuta l'analisi, **comunicare** in maniera efficace e sintetica lo stato del progetto a tutti gli stakeholder (reporting).

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Project stakeholder: come identificarli
- Communication Management Plan
- Distribuire le informazioni
- Issue Log
- Dirigere e gestire l'esecuzione (realizzazione dei risultati) del progetto
- Monitorare e controllare il lavoro di progetto- scope, time, cost
- Milestone Planning and Control
- Lo standard internazionale: il metodo dell'Earned Value
- Calcolare la cost baseline
- Indici di performance (prestazioni) del progetto e previsioni a finire
- Produrre report sulle prestazioni

Durata

1 giorno full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Metodologia

Aula

Materiale didattico

Slides di approfondimento preparate per il corso e case history.

Quota d'iscrizione

Modulo 1: Euro 1.800,00 + I.V.A. per Partecipante

Modulo 2: Euro 1.100,00 + I.V.A. per Partecipante

Modulo 1 + Modulo 2: Euro 2.500,00 + I.V.A. per Partecipante

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

CORSO PER SEGRETARIE JUNIOR

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Chiarire cosa significa attività segretariale svolta con competenza e professionalità
- Fornire nuove tecniche e conoscenze utili per essere un supporto preparato e qualificato per il manager nella soluzione dei problemi e delle situazioni difficili
- Migliorare la capacità di comunicare e di interagire con gli altri nelle situazioni quotidiane
- Migliorare la gestione del tempo e delle proprie attività

Destinatari

Il corso si rivolge a:

- o Segretarie junior (limitata esperienza aziendale o al primo impiego)
- o Coloro che si apprestano al lavoro di segreteria dopo aver esercitato altre attività o altri compiti

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- LA DEFINIZIONE DEL RUOLO DI SEGRETARIA
 - o Quali sono i compiti, il comportamento e le competenze che una segretaria deve sviluppare
 - o La conoscenza della propria azienda e della collocazione sul mercato
 - o La discrezione: elemento importante per il ruolo di segretaria
- CONOSCERE, PADRONEGGIARE E IMPERSONARE I VALORI DELLA PROPRIA AZIENDA
 - o · Qual è la vision e la mission dell'azienda e come si traducono nell'attività quotidiana
 - o · I valori dell'azienda
- INTERAGIRE CON IL PROPRIO CAPO E CON I COLLEGHI NEL MODO GIUSTO

Conoscere il ruolo, le responsabilità, gli Obiettivi del proprio capo

- o Instaurare un rapporto in relazione al suo stile e metodo
- o Gli elementi da prendere in considerazione per instaurare un rapporto positivo ed efficace
- o Come ottenere la stima e fiducia del capo e dei colleghi
- QUESTIONARIO DI AUTODIAGNOSI DEL PROPRIO STILE COMUNICAZIONE
- *ESERCIZI SULLA PERCEZIONE, SULLA COMUNICAZIONE VERBALE E NON VERBALE, SULL'ASCOLTO ATTIVO, SULLA NEGOZIAZIONE*
- COME ORGANIZZARE IL PROPRIO LAVORO
 - o Come definire le priorità: stendere un piano di lavoro
 - o Tempificare la propria giornata
 - o Seguire più lavori nello stesso momento: come gestire le priorità
 - o Strumenti e metodologie per organizzare meglio il proprio lavoro
 - o Identificare gli ostacoli personali ad una corretta organizzazione del lavoro
- QUESTIONARIO DI AUTODIAGNOSI DELLA GESTIONE DEL TEMPO
- *ESERCITAZIONE PRATICA: LA DETERMINAZIONE DELLE PRIORITA'*
 - o *I partecipanti svolgeranno un lavoro a coppie che permetterà di capire come determinare correttamente le priorità. I risultati verranno poi commentati con tutto il resto dell'aula.*
- FAR FRONTE ALLE SITUAZIONI DI TENSIONE E DI STRESS
 - o Comprendere le cause
 - o Trovare possibili soluzioni di uscita
 - o Come gestire richieste contrastanti
 - o Imparare a dire di "no" assertivamente
 - o Come gestire lo stress causato dalle scadenze rigide
 - o Stress positivo e negativo: qual è la differenza?
 - o Come trasformare lo stress negativo in energia positiva
- QUESTIONARIO DI AUTODIAGNOSI: COMPRENDERE IL LIVELLO DEL NOSTRO STRESS

I partecipanti svilupperanno, sotto la guida del Docente, un questionario di autovalutazione per comprendere il proprio livello di stress, commentandone poi i risultati con il resto dell'aula.

- **UTILIZZARE EFFICACEMENTE IL TELEFONO**
 - Tecniche per comunicare efficacemente: imparare a conoscere i propri interlocutori
 - Prendere un messaggio telefonico: gli elementi chiave da annotare
 - Saper filtrare le telefonate
 - La gestione di situazioni delicate
- **ESERCITAZIONE PRATICA: COMUNICARE EFFICACEMENTE**
 - *Gioco di ruolo: "Pronto chi parla?" e successiva discussione in plenaria.*
- **TECNICHE PER UNA COMUNICAZIONE SCRITTA EFFICACE**
 - Come rendere efficaci i principali strumenti di comunicazione scritta:
 - I memorandum
 - Le lettere per comunicazioni interne ed esterne
 - I fax
 - I verbali
 - I report e le relazioni
- **ESERCITAZIONE PRATICA: L'ARTE DI CRITICARE**

La Docente assegnerà un argomento e i partecipanti dovranno redigere una lettera il cui contenuto non sarà positivo per il Destinatario. Verranno, quindi, messe in pratica le tecniche assertive spiegate precedentemente. Lo scopo dell'esercitazione è quello di abituarsi a non utilizzare frasi fatte, espressioni generiche, che di solito irritano chi legge per la loro forma stereotipata.

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITA' DI SEGRETERIA

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Chiarire cosa significa attività segretariale svolta con competenza e professionalità
- Fornire nuove tecniche e conoscenze utili per essere un supporto preparato e qualificato per il manager nella soluzione dei problemi e delle situazioni difficili
- Migliorare la capacità di comunicare e di interagire con gli altri nelle situazioni quotidiane
- Migliorare la gestione del tempo e delle proprie attività

Destinatari

Il corso si rivolge a:

- Segretarie junior (limitata esperienza aziendale o al primo impiego)
- Coloro che si apprestano al lavoro di segreteria dopo aver esercitato altre attività o altri compiti

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

• **IL RUOLO DELL'ASSISTENTE DI DIREZIONE**

○ **La definizione del ruolo**

- L'analisi del Profilo dell'Assistente di Direzione

Quali gli Obiettivi e le funzioni della Segretaria/Assistente in relazione al ruolo, alle responsabilità e agli Obiettivi del proprio capo

- *Esercitazione Pratica: L'autovalutazione della Posizione*

- I partecipanti svolgeranno un test di autovalutazione del proprio modo di interpretare e svolgere il ruolo; i risultati di tale test determineranno il posizionamento sulla Griglia della Segretaria di Direzione, ponendo in risalto punti di forza ed eventuali punti deboli.

○ **L'impatto del cambiamento in atto**

- Il quadro del cambiamento in atto
- L'impatto del cambiamento continuo sul ruolo
- Nuovi contenuti e sviluppo del ruolo

○ **Il miglioramento personale e professionale**

- Quali capacità deve sviluppare una Segretaria/Assistente
- I presupposti del miglioramento: organizzazione personale e operativa, gestione del tempo, controllo dello stress, sviluppo della creatività e potenziamento mentale, sviluppo delle capacità relazionali

• **ASPETTI ORGANIZZATIVI DEL RUOLO DI SEGRETERIA**

○ **Come gestire più agende**

- La calendarizzazione delle proprie incombenze: l'agenda, un prezioso alleato per la memoria
- Cosa e come annotare
- Come interagire col responsabile per la gestione della sua agenda

○ **Gestire ed organizzare l'archivio**

- L'archivio accessibile: come organizzarlo, in modo che tutti trovino subito tutto
- Le regole e le metodologie per classificare ed archiviare in modo efficiente
- Tempi e modalità di conservazione dei documenti (sulla base della normativa fiscale, civilistica e delle esigenze aziendali)
- Regole e prassi per il periodico sfoltimento della documentazione
- Individuare e razionalizzare gli spazi adibiti ad archivio
- Esempi di alcuni archivi aziendali

○ **Come organizzare meeting e riunioni**

- L'organizzazione a monte: quali sono i punti da chiarire col proprio responsabile

- Come stendere un piano e una check list per prevedere tutto: tempi; documenti; prenotazioni; preparazione della sala; catering; ecc.
- E quando l'ospite e' uno straniero?
- Il saluto: molto più di una formalità
- **Organizzare i viaggi di lavoro pensando a tutto e risparmiando tempo**
 - Presentare un piano con valide alternative per facilitare la scelta
 - Quali sono gli aspetti da tenere in considerazione per evitare problemi per chi viaggia: itinerari; mezzi di trasporto; valute; visti; alloggio
- **Internet, Intranet e posta elettronica per comunicare e raccogliere informazioni**
 - Come reperire informazioni senza perdere troppo tempo
 - Quali informazioni sono reperibili sulla rete
 - Consigli per facilitare la navigazione: i motori nazionali ed internazionali di ricerca
 - Utilizzare la posta elettronica per comunicazioni interne ed esterne
 - Siti utili e newsletter elettroniche a cui abbonarsi per essere sempre aggiornati

• **LA GESTIONE DEL TEMPO**

Test di autodiagnosi della Gestione del tempo

Definire gli Obiettivi e le priorità

- Quali sono le principali cause di difficoltà nella gestione del tempo: eccesso di lavoro, dispersione propria e indotta, inadeguata ripartizione del tempo
- I metodi di miglioramento della gestione del tempo: delega, filtro, raggruppamento dei contatti, organizzazione della documentazione, planning settimanale, organizzazione delle riunioni, ripartizione dello sforzo
- *Esercitazione Pratica: Il controllo dell'utilizzo del tempo*
- I partecipanti dovranno identificare i principali compiti abitualmente svolti e il tempo dedicatovi. Tali compiti verranno poi classificati nelle quattro categorie fondamentali di attività, in modo tale da comprendere l'eventuale necessità di modificare la propria ripartizione temporale.

○ **Pianificare la propria attività**

Come organizzare l'attività: conoscenza reale degli Obiettivi, chiarezza dei compiti, gestione delle priorità, scelta dei tempi operativi

Assistere il Capo nella Programmazione del tempo

- Conciliare le varie priorità: proprie, del Capo, congiunte
- La gestione degli imprevisti
- **Come organizzare il proprio lavoro**
 - Strumenti e metodologie per organizzare meglio il proprio lavoro
 - Identificare gli ostacoli personali ad una corretta organizzazione del lavoro
 - *Esercitazione Pratica: La determinazione delle priorità*
 - I partecipanti svolgeranno un lavoro a coppie che permetterà di capire come determinare correttamente le priorità. I risultati verranno poi commentati con tutto il resto dell'aula.
- **Far fronte alle situazioni di tensione e stress**
 - Comprendere le cause
 - Trovare possibili soluzioni di uscita
 - Come gestire richieste contrastanti
 - Imparare a dire di "no" assertivamente
 - Come gestire lo stress causato dalle scadenze rigide
 - Stress positivo e negativo: qual è la differenza?
 - Come trasformare lo stress negativo in energia positiva

Esercitazione Pratica: Comprendere il livello del nostro stress

I partecipanti svilupperanno, sotto la guida del Docente, un test di autovalutazione per comprendere il proprio livello di stress, commentandone poi i risultati con il resto dell'aula.

• **LO SVILUPPO DELLE CAPACITÀ DI COMUNICAZIONE**

○ **Migliorare la comunicazione interpersonale**

- L'importanza della comunicazione interpersonale
- I principi base della comunicazione
- Capire e farsi capire
- I diversi canali della comunicazione
- Le varie fasi del processo comunicativo
- Fattori di dispersione e tipi di interferenze

- Le condizioni di una comunicazione efficace
- Il diagramma della comunicazione

Case Study: La comunicazione interpersonale efficace

Il Docente presenterà un caso emblematico di comunicazione interpersonale efficace. I partecipanti saranno chiamati a commentare tale esempio ed a trarne preziosi spunti per il proprio lavoro.

- **Il linguaggio e lo stile**
 - Significato e funzione del linguaggio
 - Come sviluppare un vocabolario efficace
 - Quali le espressioni da eliminare
 - Come impostare lo stile
 - Utilizzare efficacemente il linguaggio non verbale
- **La gestione delle relazioni interpersonali**
 - I nostri atteggiamenti nelle relazioni interpersonali
 - *Test di autovalutazione dei propri atteggiamenti nelle relazioni interpersonali*
 - Le tecniche comportamentali più utili per il ruolo di segretaria/assistente
 - La funzione di filtro della segretaria/assistente
 - Le informazioni in uscita: quali far passare, quali no, e quali "informalmente sottintese"
 - Le informazioni in entrata: come porre le domande e come stimolare/incoraggiare l'apertura degli interlocutori
 - Il comportamento assertivo/autoritario e collaborativo/costruttivo nel colloquio

Gioco dei Ruoli: Come gestire una situazione molto delicata

Il Docente illustrerà una tipica situazione conflittuale, in cui la Segretaria/Assistente è al corrente di notizie riservate che non può rivelare e che potrebbero invece "salvare" altre persone in azienda. I partecipanti simuleranno il proprio comportamento in tale situazione.

- **Gestione dei rapporti e dei conflitti**
 - Gestire le situazioni difficili per la Segretaria/Assistente e le situazioni difficili per gli interlocutori
 - Come identificare le situazioni di conflitto e come agire di conseguenza in modo positivo
- **Come gestire il rapporto tra segretaria/assistente e capo**
 - Le caratteristiche fondamentali del rapporto: rispetto, stima, collaborazione, fiducia
 - Sviluppare le capacità di ascolto attivo
 - Gestire i punti forti e i punti deboli del rapporto
 - Come superare le difficoltà di rapporto con il Capo

Esercitazione Pratica. Comunicare efficacemente (1° parte)

Il Docente proporrà una serie di esercizi e giochi sulla percezione, sulla comunicazione verbale e non verbale, sull'ascolto attivo, sulla negoziazione. Tali esercizi mirano a far comprendere alcuni errori da evitare nella comunicazione e nell'ascolto degli altri.

- **Utilizzare efficacemente il telefono**
 - Prendere un messaggio telefonico: gli elementi chiave da annotare
 - Saper filtrare le telefonate
 - La gestione di situazioni delicate
 - Capire quali informazioni far passare e come
 - Tecniche per comunicare efficacemente: imparare a conoscere i propri interlocutori

Esercitazione Pratica: Comunicare efficacemente (2° parte)

- Gioco di ruolo: "Pronto chi parla?" e successiva discussione in plenaria.
- Esercizi sulla percezione, sulla comunicazione verbale e non verbale, sull'ascolto attivo, sulla negoziazione

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

OPERATORE DI CLINICA DENTARIA

Ogni settore del campo sanitario è in costante evoluzione e pretende professionalità a supporto sempre più qualificate. Tra le più richieste sul mondo del lavoro, quello di Operatore di clinica dentaria ha un ruolo strategico, è il riferimento per medici e pazienti.

Il suo ruolo è fondamentale e delicato perché è affidata una grande responsabilità che comprende l'accoglienza, il segretariato, la direzione dello studio e la contabilità.

A seconda della dimensione della clinica le sue attività possono essere accentrate anche nella figura dell'assistente alla poltrona, oppure all'addetto commerciale (che necessitano ovviamente di ulteriori e specifiche competenze).

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Destinatari

Receptionist, Addetti Commerciali, Assistenti alla poltrona.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Obiettivi

Fornire le competenze necessarie per svolgere al meglio il ruolo, imparare la terminologia medica, approfondire nozioni di contabilità, organizzare e gestire pratiche ed esami, accogliere il paziente.

Programma

- **Come funziona uno studio odontoiatrico**
- **Terminologia medica e sigle**
- **Rispondere ai bisogni dei pazienti:**
 - Assicurare l'accoglienza fisica o telefonica dei pazienti
 - Informare, rassicurare e fissare degli appuntamenti
 - Approfondimenti sulla comunicazione interpersonale per la gestione dei pazienti
 - La comunicazione aziendale scritta e telefonica
- **Gestire le pratiche mediche:**
 - Preparare le cartelle cliniche dei pazienti, passarle al medico e alla fine riportarle dopo la consultazione
 - Tenere aggiornato l'archivio dei pazienti e assicurarsi che tutti i documenti di ogni cartella siano registrati
- **Organizzare gli esami:**
 - Verificare la disponibilità dei medici e dei pazienti
 - Prenotare le attrezzature o i locali adeguati
 - Indicare ai pazienti le procedure preparatorie da seguire in caso di esami
- **Svolgere compiti amministrativi:**
 - Trascrivere le conclusioni e i risultati degli accertamenti
 - Occuparsi della corrispondenza con le compagnie di assicurazione, con i pazienti e con altri medici
 - Emettere le fatture in funzione dei pagamenti effettuati dai clienti

Metodologia Didattica

Aula.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 2.000,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

GLI ULTIMI SVILUPPI E CONFERME SUL REGOLAMENTO EUROPEO PRIVACY

A seguito dell'entrata in vigore del Nuovo Regolamento Europeo Privacy UE approvato il 12/03/2014 e giugno 2015 per l'operatore di mercato si pone l'esigenza di conoscere il nuovo quadro regolamentare e tecnico applicabile al trattamento del dato personale ed alla sicurezza delle informazioni. Il Regolamento nasce infatti con l'obiettivo precipuo di armonizzare le 28 differenti legislazioni nazionali esistenti, in argomento. E' meglio essere preparati per tempo nella materia facendo propri i principi enunciati per utilizzarli al meglio.

Edizioni

Sono previste 2 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Destinatari

Titolari e Responsabili del trattamento, consulenti, persone che operano in abito del trattamento del dato. Numero di partecipanti: da un minimo di 4 a un massimo di 12.

Obiettivi

Scopo del workshop è presentare, fornire tutte le informazioni necessarie, le novità e lo stato dell'arte del nuovo regolamento europeo discusso e approvato in sede di Consiglio in giugno 2015. Regolamento che ormai vede la sua forma quasi definitiva. Poche saranno ormai le modifiche che verranno apportate entro l'anno.

Programma

Introduzione e storia del nuovo Regolamento Europeo

Confronto con il Dlgs 196/03

Indice Regolamento

I considerando del Regolamento

Gli articoli del Regolamento

Considerazioni generali e finali

Principali novità:

l'obbligo di "privacy impact assessment"

la facoltà (molto consigliata) di nominare un "data protection officer"

il diritto all'oblio, il diritto alla portabilità dei dati da un provider a un altro, in formato neutro;

l'introduzione dei "joint controllers"

l'introduzione del concetto di "stabilimento principale"

l'introduzione del ruolo di "lead authority", l'introduzione del principio della cosiddetta "accountability"

l'obbligo di attenersi, nell'ideazione di nuovi prodotti o servizi, ai principi della "data protection by design" e della "data protection by default"

inasprimento delle sanzioni

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

1 giorno full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 150,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LE NUOVE FRONTIERE DELLA PRIVACY, SISTEMA DI GESTIONE E NOVITA' EUROPEE

Il nuovo Regolamento Europeo in tema di Privacy è stato approvato il 21/10/2013 dalla commissione libertà civili, giustizia e affari interni (Commissione LIBE). In vista della sua prossima entrata in vigore, anche in Italia si rende opportuno preparare le aziende ad affrontare in maniera efficace questo cambiamento; è meglio essere pronti per tempo facendo propri i principi enunciati per utilizzarli al meglio.

Molte sono le novità introdotte, tra le quali l'adozione della figura del Data Protection Officer che avrà un ruolo fondamentale per le aziende che trattano dati personali. Le responsabilità principali in capo al Data Protection Officer constano nel monitorare, valutare ed organizzare la gestione del trattamento di dati personali nel totale rispetto della normativa. Per tali responsabilità sono necessarie competenze giuridiche, informatiche e gestionali. Il Data Protection Officer, pur rispondendo direttamente al vertice aziendale, dovrà essere indipendente e possedere tutti gli strumenti che gli consentano di operare correttamente e far operare correttamente le aziende che ricorrono ai suoi servizi; egli sarà il punto di riferimento in materia di trattamento dei dati personali, anche con le autorità competenti.

Edizioni

Sono previste 2 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Destinatari

Titolari del trattamento, Responsabili e Incaricati del Trattamento, Consulenti, chiunque tratti dati personali.

Numero di partecipanti: da un minimo di 4 a un massimo di 12.

Obiettivi

Obiettivo del corso è quello di delineare le principali conoscenze normative e tecniche per implementare correttamente un Sistema di Gestione Privacy con riferimento all'attuale stato dell'arte e illustrare le modifiche previste.

Programma

Principio generale - Il codice attuale

Definizioni: I dati

Soggetti Coinvolti

Comunicazione Elettronica

I diritti dell'interessato – Informativa

La cessazione del trattamento - Il consenso

Garanzie - Misure di Sicurezza

Geolocalizzazione e Videosorveglianza

Lavoro e Previdenza Sociale

Comunicazioni Elettroniche - I Cookies e i Log - Come potersi tutelare dagli attacchi informatici?

Violazioni Sanzioni Amministrative

Allegati del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196

Ex DPS

Nuovo Regolamento Privacy - Ruolo e Caratteristiche del DPO e Compiti e responsabilità del DPO

Due tipologie di rischi

Riferimenti Normativi

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

1 giorno full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 350,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

Area Amministrativa

RECUPERO CREDITI (ENTRY LEVEL)

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Fornire ai partecipanti una preparazione mirata e specifica per affrontare l'attività di recupero crediti rapido ed efficace facendolo diventare un metodo applicativo utile e necessario alla vita aziendale. Il corso di recupero crediti è suddiviso sostanzialmente in 2 parti distinte. Una prima parte di formazione professionale del personale in cui si affronta in modo metodico tutta l'operatività, una seconda fase procedurale e modulistica.

Le attività (parte teoriche e parte pratiche) studiate sulla base di tanti anni di esperienze personali nel Recupero Crediti, fatto per molte aziende operanti in aree, settori e dimensioni diverse. Caratteristica essenziale del corso è l'immediata operatività di chi partecipa al corso, che quindi trova subito un riscontro pratico.

I plus di questo corso sono:

- preparazione tecnica di base e di orientamento aziendale;
- formazione di singole persone addette a pochi recuperi;
- impatto economico iniziale ridotto.

Destinatari

Amministrativi – Phone collector – Addetti al recupero interni – CFO – Professionisti – Junior e assistant Credit manager – Consulenti – Segreterie – Commercialisti – Studi paghe – Studi Legali.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Il corso è cumulativo per più aziende (con un minimo di 6 iscritti e un massimo di 12) ed è così strutturato:

- Cos'è il Recupero Crediti?
- Il metodo
- Le tecniche di Recupero
- La prevenzione e l'utilizzo degli strumenti operativi
- Il coordinamento tra la fase stragiudiziale e quella giudiziale. L'analisi dei costi
- Esempi di procedura e di modulistica
- Alcune casistiche affrontate

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

4 ore

Quota d'iscrizione

Euro 400,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

Area Sicurezza sul lavoro

FORMAZIONE DEI LAVORATORI ART. 36 D.LGS 81/08

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Ai sensi dell'Art. 37 comma 3 il datore di lavoro deve assicurare che ciascun lavoratore riceva una formazione sufficiente e adeguata rispetto ai rischi specifici. I corsi di formazione specifica vengono erogati tramite formazione in aula sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Destinatari

Lavoratori dell'azienda.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

I contenuti dei corsi di Formazione Specifica sono stabiliti in funzione dei rischi relativi alle mansioni, ai possibili danni e alle conseguenti misure di prevenzione e protezione caratteristiche del settore o comparto dell'azienda.

Pertanto gli argomenti trattati andranno ad analizzare nello specifico i diversi fattori legati all'ambiente di lavoro e alle mansioni.

Qui di seguito un elenco delle tematiche affrontate:

- ambiente di lavoro
- microclima e illuminazione
- DPI
- rischio chimico ed etichettatura
- movimentazione manuale dei carichi
- videotermini...

Al fine di personalizzare e adattare il materiale di formazione verranno presi contatti con l'Azienda Cliente per valutare le specifiche esigenze formative e verificare la tipologia di mansioni coinvolte negli interventi formativi.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

La durata minima dei corsi di Formazione Specifica viene stabilita in base alla classificazione dell'azienda come individuata in base alle macrocategorie del Codice ATECO 2002-2007).

4 ore per i settori appartenenti al **Rischio Basso** (commercio all'ingrosso, alberghi, ristoranti ecc...)

8 ore per i settori appartenenti al **Rischio Medio** (agricoltura, magazzinaggio, pesca...)

12 ore per i settori appartenenti al **Rischio Alto** (estrazioni minerarie, concerie, smaltimento rifiuti...)

Quota d'iscrizione

Formazione generale: durata 4 ore

Interaziendale: **Euro 80,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione specifica rischio basso: durata 4 ore.

Interaziendale: **Euro 80,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione specifica rischio medio: durata 8 ore.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione specifica rischio alto: durata 12 ore.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE DEI PREPOSTI D. LGS 81/08

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Ai sensi dell'Art. 37 comma 7 i preposti devono ricevere adeguata e specifica formazione in relazione ai propri compiti in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

I corsi di formazione per i preposti vengono erogati tramite formazione in aula da organizzare sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Destinatari

Preposti.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Ai sensi dell'Accordo Stato Regioni del 21/12/2011 gli argomenti trattati sono i seguenti:

- principali soggetti del sistema di prevenzione aziendale: compiti, obblighi e responsabilità
- relazioni tra i vari soggetti interni ed esterni del sistema di prevenzione aziendale
- definizione ed individuazione dei fattori di rischio
- tecniche di comunicazione e sensibilizzazione dei lavoratori, in particolare neoassunti, somministrati, stranieri
- valutazione dei rischi dell'azienda con particolare riferimento al contesto in cui il preposto opera
- individuazione misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione
- modalità di esercizio della funzione di controllo dell'osservanza da parte dei lavoratori delle disposizioni di legge e aziendali in materia di salute e sicurezza sul lavoro, e di uso dei mezzi di protezione collettivi e individuali messi a loro disposizione

Al fine di personalizzare e adattare il materiale di formazione verranno presi contatti con l'Azienda Cliente per valutare le specifiche esigenze formative e verificare la tipologia di ruoli coinvolti negli interventi formativi.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

8 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 200,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE DEI DIRIGENTI PER LA SICUREZZA D.LGS. 81/08

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Ai sensi dell'Art. 37 comma 7 i Dirigenti devono ricevere adeguata e specifica formazione in relazione ai propri compiti in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

I corsi di formazione per i Dirigenti vengono erogati tramite formazione in aula da organizzare sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Destinatari

Preposti.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Ai sensi dell'Accordo Stato Regioni del 21/12/2011 gli argomenti trattati sono i seguenti:

Modulo 1 - Giuridico-Normativo

- sistema legislativo in materia di sicurezza dei lavoratori
- gli organi di vigilanza e le procedure ispettive
- soggetti del sistema di prevenzione aziendale secondo il D.Lgs. 81/08: compiti, obblighi, responsabilità e tutela assicurativa;
- delega di funzioni;
- la responsabilità civile e penale e la tutela assicurativa;
- la "responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di responsabilità giuridica" ex D.Lgs. 231/2001 e s.m.i.;
- i sistemi di qualificazione delle imprese e la patente a punti in edilizia

Modulo 2 - Gestione e Organizzazione della Sicurezza

- modelli di organizzazione e di gestione della salute e sicurezza sul lavoro (articolo 30, D.Lgs. 81/08);
- gestione della documentazione tecnico amministrativa;
- obblighi connessi ai contratti di appalto o d'opera o di somministrazione;
- organizzazione della prevenzione incendi, primo soccorso e gestione delle emergenze;
- modalità di organizzazione e di esercizio della funzione di vigilanza delle attività lavorative e in ordine all'adempimento degli obblighi previsti al comma 3bis dell'Art. 18 del D.Lgs. 81/08;
- ruolo del responsabile e degli addetti al servizio di prevenzione e protezione.

Modulo 3 - Individuazione e valutazione dei rischi

- criteri e strumenti per l'individuazione e la valutazione dei rischi;
- il rischio da stress lavoro correlato;
- il rischio ricollegabile alle differenze di genere, età, alla provenienza da altri paesi e alla tipologia contrattuale;
- il rischio interferenziale e la gestione del rischio nello svolgimento di lavori in appalto;
- le misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione in base ai fattori di rischio;
- la considerazione degli infortuni mancati e delle risultanze delle attività di partecipazione dei lavoratori e dei preposti;
- i dispositivi di protezione individuale;
- la sorveglianza sanitaria;

Modulo 4 - Individuazione e valutazione dei rischi

- competenze relazionali e consapevolezza del ruolo;
- importanza strategica dell'informazione, della formazione e dell'addestramento quali strumenti di conoscenza della realtà aziendale;
- tecniche di comunicazione;
- lavoro di gruppo e gestione dei conflitti;
- consultazione e partecipazione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza;

- natura, funzioni e modalità di nomina o di elezione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza.

Al fine di personalizzare e adattare il materiale di formazione verranno presi contatti con l'Azienda Cliente per valutare le specifiche esigenze formative e verificare la tipologia di ruoli coinvolti negli interventi formativi.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

16 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 450,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE ADDETTI SERVIZIO ANTINCENDIO

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

In azienda devono essere presenti lavoratori in grado di intervenire in caso di incendio. Pertanto è preciso dovere del datore di lavoro non solo identificare tali soggetti ma garantirgli una formazione adeguata.

Destinatari

Addetti servizio antincendio.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Corso a Rischio Incendio Basso:

1) L'incendio e la prevenzione (1 ora):

- principi della combustione;
- prodotti della combustione;
- sostanze estinguenti in relazione al tipo di incendio;
- effetti dell'incendio sull'uomo;
- divieti e limitazioni di esercizio;
- misure comportamentali.

2) Protezione antincendio e procedure da adottare in caso di incendio (1 ora):

- principali misure di protezione antincendio;
- evacuazione in caso di incendio;
- chiamata dei soccorsi.

3) Esercitazioni pratiche (2 ore):

- presa visione e chiarimenti sugli estintori portatili;
- istruzione sull'uso degli estintori portatili effettuata o avvalendosi di sussidi audiovisivi o tramite dimostrazione pratica

Corso a Rischio Incendio Medio:

1) L'incendio e la prevenzione incendi (2 ore):

- principi sulla combustione e l'incendio;
- le sostanze estinguenti;
- triangolo della combustione;
- le principali cause di un incendio;
- rischi alle persone in caso di incendio;
- principali accorgimenti e misure per prevenire gli incendi.

2) Protezione antincendio e procedure da adottare in caso di incendio (3 ore):

- le principali misure di protezione contro gli incendi;
- vie di esodo;
- procedure da adottare quando si scopre un incendio o in caso di allarme;
- procedure per l'evacuazione;
- rapporti con i vigili del fuoco;
- attrezzature e impianti di estinzione;
- sistemi di allarme;
- segnaletica di sicurezza;
- illuminazione di emergenza.

3) Esercitazioni pratiche (3 ore):

- presa visione e chiarimenti sui mezzi di estinzione più diffusi;
- presa visione e chiarimenti sulle attrezzature di protezione individuale;
- esercitazioni sull'uso degli estintori portatili e modalità di utilizzo di naspi e idranti.

Corso a Rischio Incendio Elevato:

1) L'incendio e la prevenzione incendi (4 ore):

- principi sulla combustione;
- le principali cause di incendio in relazione allo specifico ambiente di lavoro;
- le sostanze estinguenti;
- i rischi alle persone e all'ambiente;

- specifiche misure di prevenzione incendi;
 - accorgimenti comportamentali per prevenire gli incendi;
 - l'importanza del controllo degli ambienti di lavoro;
 - l'importanza delle verifiche e delle manutenzioni sui presidi antincendio.
- 2) La protezione antincendio (4 ore):
- misure di protezione passiva;
 - vie di esodo, compartimentazioni, distanziamenti;
 - attrezzature e impianti di estinzione;
 - sistemi di allarme;
 - segnaletica di sicurezza;
 - impianti elettrici di sicurezza;
 - illuminazione di sicurezza.
- 3) Procedure da adottare in caso di incendio (4 ore):
- procedure da adottare quando si scopre un incendio;
 - procedure da adottare in caso di allarme;
 - modalità di evacuazione;
 - modalità di chiamata dei servizi di soccorso;
 - collaborazione con i vigili del fuoco in caso di intervento;
 - esemplificazione di una situazione di emergenza e modalità procedurali - operative.
- 4) Esercitazioni pratiche (4 ore):
- presa visione e chiarimenti sulle principali attrezzature e impianti di spegnimento;
 - presa visione sulle attrezzature di protezione individuale (maschere, autoprotettore, tute ecc.);
 - esercitazioni sull'uso delle attrezzature di spegnimento e di protezione individuale.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

La durata minima dei corsi di Formazione Specifica viene stabilita in base alla classificazione dell'azienda come individuata in base alle macrocategorie del Codice ATECO 2002-2007)

4 ore per le aziende classificate a **Rischio Basso** (commercio all'ingrosso, alberghi, ristoranti ecc...)

8 ore per le aziende classificate a **Rischio Medio** (agricoltura, magazzinaggio, pesca...)

16 ore per le aziende classificate a **Rischio Alto** (estrazioni minerarie, concerie, smaltimento rifiuti...)

Quota d'iscrizione

Formazione rischio basso: durata 4 ore.

Interaziendale: **Euro 150,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione rischio medio: durata 8 ore.

Interaziendale: **Euro 250,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione rischio alto: durata 16 ore.

Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE ADDETTI AL PRIMO SOCCORSO

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

In azienda devono essere presenti lavoratori in grado di intervenire in caso di emergenza sanitaria (infortuni di lieve entità, piccoli malori ecc). Pertanto è preciso dovere del datore di lavoro non solo identificare tali soggetti ma garantirgli una formazione adeguata.

I corsi di formazione erogati sono:

- per addetti al primo soccorso di nuova nomina con durata di 12 ore
- per addetti già formati ma che devono effettuare il corso di aggiornamento (obbligatorio ogni 3 anni) che riguarda la parte pratica.

Destinatari

Addetti al primo soccorso.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Corso Base per addetti di nuova nomina

MODULO A

Allertare il sistema di soccorso:

- Cause e circostanze dell'infortunio
- Comunicazione con i Servizi di Assistenza Sanitaria di Emergenza

Riconoscere un'emergenza sanitaria:

- Scena dell'infortunio
- Accertamento condizioni psicofisiche dell'infortunato
- Nozioni elementari di anatomia e fisiologia
- Tecniche di auto protezione del personale addetto al soccorso

Attuare gli interventi di Primo Soccorso:

- Sostenimento delle funzioni vitali
- Riconoscimento e limiti di intervento di primo soccorso
- Conoscere i rischi specifici dell'attività svolta

MODULO B

Acquisire conoscenze generali sui traumi in ambiente di lavoro:

- Cenni di anatomia dello scheletro, Lussazioni, fratture e complicanze
- Traumi e lesioni cranio-encefalici e della colonna vertebrale
- Traumi e lesioni toraco addominali.

Acquisire conoscenze generali sulle patologie specifiche in ambiente di lavoro:

- Lesioni da freddo e da calore
- Lesioni da corrente elettrica
- Lesioni da agenti chimici
- Intossicazioni
- Ferite lacerato contuse
- Emorragie esterne

MODULO C

Acquisire capacità di intervento pratico:

- Principali tecniche di comunicazione con il sistema di emergenza del S.S.N.
- Principali tecniche di primo soccorso nelle sindromi cerebrali acute.
- Principali tecniche di primo soccorso nella sindrome respiratoria acuta.
- Principali tecniche di rianimazione cardiopolmonare.
- Principali tecniche di tamponamento emorragico. Principali tecniche di sollevamento, spostamento e trasporto del traumatizzato.
- Principali tecniche di primo soccorso in caso di esposizione accidentale ad agenti chimici e biologici.

Corso di Aggiornamento (per addetti che hanno già seguito il corso base)

Acquisire capacità di intervento pratico:

- Principali tecniche di comunicazione con il sistema di emergenza del S.S.N.
- Principali tecniche di primo soccorso nelle sindromi cerebrali acute.
- Principali tecniche di primo soccorso nella sindrome respiratoria acuta.
- Principali tecniche di rianimazione cardiopolmonare.
- Principali tecniche di tamponamento emorragico. Principali tecniche di sollevamento, spostamento e trasporto del traumatizzato.
- Principali tecniche di primo soccorso in caso di esposizione accidentale ad agenti chimici e biologici.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

12 ore per addetti di nuova nomina

4 ore per addetti che hanno già seguito il corso base di 12 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale 12 ore: **Euro 300,00** + I.V.A. a partecipante.

Interaziendale 4 ore: **Euro 100,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE RSPP

RESPONSABILE SERVIZIO PREVENZIONE E PROTEZIONE - DATORE DI LAVORO

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Qualora il datore di lavoro decida di ricoprire direttamente l'incarico di Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) è necessario che affronti il relativo percorso formativo normato dall'Accordo Stato Regioni del 21/11/2011.

Omnia eroga i relativi corsi di formazione per consentire al datore di lavoro di avere la giusta preparazione per tale ruolo.

Destinatari

Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP)

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

MODULO 1 GIURIDICO - normativo

- il sistema legislativo in materia di sicurezza dei lavoratori;
- la responsabilità civile e penale e la tutela assicurativa;
- la "responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prove di responsabilità giuridica" ex D.Lgs. 231/2001 e s.m.i.;
- il sistema istituzionale della prevenzione;
- i soggetti del sistema di prevenzione aziendale secondo il D.Lgs. 81/2008: compiti, obblighi, responsabilità;
- il sistema di qualificazione delle imprese.

MODULO 2 GESTIONALE – gestione e organizzazione della sicurezza

- i criteri e gli strumenti per l'individuazione e la valutazione dei rischi;
- la considerazione degli infortuni mancati e delle modalità di accadimento degli stessi;
- la considerazione delle risultanze delle attività di partecipazione dei lavoratori;
- il documento di valutazione dei rischi (contenuti, specificità e metodologie);
- i modelli di organizzazione e gestione della sicurezza;
- gli obblighi connessi ai contratti di appalto, o d'opera o di somministrazione;
- il documento unico di valutazione dei rischi da interferenza;
- la gestione della documentazione tecnico-amministrativa;
- l'organizzazione della prevenzione incendi, del primo soccorso e della gestione delle emergenze.

MODULO 3 TECNICO – individuazione e valutazione dei rischi

- i principali fattori di rischio e le relative misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione;
- il rischio da stress lavoro-correlato;
- i rischi ricollegabili al genere, all'età e alla provenienza da altri paesi;
- i dispositivi di protezione individuale;
- la sorveglianza sanitaria.

MODULO 4 RELAZIONALE – formazione e consultazione dei lavoratori

- l'informazione, la formazione e l'addestramento;
- le tecniche di comunicazione;
- il sistema delle relazioni aziendali e della comunicazione in azienda;
- la consultazione e la partecipazione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza;
- natura, funzioni e modalità di nomina o di elezione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

La durata dei corsi varia a seconda del Codice Ateco dell'azienda:

16 ore per le aziende classificate a **Rischio Basso** (commercio all'ingrosso, alberghi, ristoranti ecc...)

32 ore per le aziende classificate a **Rischio Medio** (agricoltura, magazzinaggio, pesca...)

48 ore per le aziende classificate a **Rischio Alto** (estrazioni minerarie, concerie, smaltimento rifiuti...)

Quota d'iscrizione

Formazione rischio basso: durata 16 ore

Interaziendale: Euro **450,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione rischio medio: durata 32 ore

Interaziendale: Euro **600,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione rischio alto: durata 48 ore

Interaziendale: Euro **900,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE RLS - RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA

Ai sensi dell'Art. 37 comma 10 il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza ha diritto ad una formazione particolare in materia di salute e sicurezza concernente i rischi specifici esistenti negli ambiti in cui esercita la propria rappresentanza, tale da assicurargli adeguate competenze sulle principali tecniche di controllo e prevenzione dei rischi stessi.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

La formazione affronterà i seguenti argomenti:

- a) principi giuridici comunitari e nazionali;
- b) legislazione generale e speciale in materia di salute e sicurezza sul lavoro;
- c) principali soggetti coinvolti e i relativi obblighi;
- d) definizione e individuazione dei fattori di rischio;
- e) valutazione dei rischi;
- f) individuazione delle misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione;
- g) aspetti normativi dell'attività di rappresentanza dei lavoratori;
- h) nozioni di tecnica della comunicazione.

Destinatari

Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

La formazione affronterà i seguenti argomenti:

- a) principi giuridici comunitari e nazionali;
- b) legislazione generale e speciale in materia di salute e sicurezza sul lavoro;
- c) principali soggetti coinvolti e i relativi obblighi;
- d) definizione e individuazione dei fattori di rischio;
- e) valutazione dei rischi;
- f) individuazione delle misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione;
- g) aspetti normativi dell'attività di rappresentanza dei lavoratori;
- h) nozioni di tecnica della comunicazione.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

32 ore.

Il corso sarà così organizzato: 4 giornate avente durata di 8 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 500,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE IN AMBITO ALIMENTARE HACCP

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Anche nelle attività legate alla gestione e manipolazione degli alimenti è indispensabile formare adeguatamente i lavoratori al fine di evitare pericolose contaminazioni.

Destinatari

Addetti alla manipolazione degli alimenti.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

- Legislazione alimentare, obblighi e responsabilità dell'industria alimentare
- Sicurezza e igiene degli alimenti (contaminazione degli alimenti e loro prevenzione)
- Buone pratiche di lavorazione
- Igiene e manutenzione degli ambienti di lavorazione e delle attrezzature
- Norme igieniche per il personale
- Piano di autocontrollo e principi del sistema HACCP

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

4 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 80,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE DEL PERSONALE AZIENDALE INCARICATO AL TRATTAMENTO DEI DATI SENSIBILI

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Anche in materia di privacy è essenziale che l'azienda predisponga momenti di formazione per sensibilizzare il personale incaricato al trattamento circa le regole da osservare.

Destinatari

Personale incaricato al trattamento dei dati sensibili.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

- Cenni introduttivi: il concetto di privacy
- Il Decreto Legislativo n 196 del 30 giugno 2003: Codice in materia di protezione dei dati personali
- Le diverse tipologie di dati: personali, sensibili, giudiziari
- Il trattamento dei dati personali
- Il consenso: modalità di manifestazione e casi di esclusione
- L'informativa
- Le figure coinvolte dal Decreto Legislativo 196/03: Titolare, Responsabile, Incaricato, Interessato
- Le misure di sicurezza: fisiche, logiche e procedurali.
- Profili di responsabilità penali, civili e amministrative
- Spazio di discussione

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

2 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 80,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE SULLA RESPONSABILITA' AMMINISTRATIVA DELLE IMPRESE - LEGGE 231/2001 OBBLIGATORIA

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Come per qualsiasi altro argomento anche in materia di 231 e quindi di responsabilità amministrativa delle imprese la formazione riveste un ruolo fondamentale per far prendere consapevolezza alle funzioni interessate del ruolo svolto al fine di attuare in concreto il Modello Organizzativo.

Omnia si occupa dell'erogazione di interventi formativi ad hoc in favore delle funzioni apicali dell'azienda e dei ruoli interessati sugli adempimenti previsti, i compiti, le responsabilità, il sistema sanzionatorio. I programmi, modi e tempi vengono concordati d'intesa con l'Azienda.

Destinatari

Manager, imprenditori e responsabili amministrativi di aziende, enti e soggetti giuridici.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

- il D.Lgs. 231/2001, contenuti ed esonero di responsabilità;
- ambito di applicazione: i reati
- apparato sanzionatorio;
- elaborazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo
- l'Organismo di Vigilanza;
- il Codice Etico
- il Codice Disciplinare

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

4 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 250,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.